



## ผลสรุปและข้อเสนอแนะ

1. บรรลุเกณฑ์ที่ดีต้องมีลักษณะเด่นชัด มีส่วนช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า แตกต่างจากคู่แข่ง สามารถแสดงตนอย่างชัดเจนเมื่อวางอยู่บนชั้นวางสินค้า
2. ทุกชิ้นงานแม้จะต่างชนิด แต่ก็ต้องให้อยู่ใน Corporate Identity เดียวกัน
3. การสร้างสรรค์โครงสร้างต้องเหมาะสมกับสินค้า และสามารถใช้ประโยชน์ได้จริง
4. การทำงานควรอยู่ภายใต้แนวคิดที่วางไว้ และสามารถสื่อสารให้ผู้อื่นเข้าใจได้โดยง่าย
5. การทำงานควรที่มีการแบ่งเวลาให้ดี เพราะส่วนการทำงานแต่ละอย่างความยาก ง่าย อาศัยระยะเวลาแตกต่างกัน ควรเผื่อเวลาเหลือให้ได้มีโอกาสพิจารณาผลงาน แก้ไขข้อผิดพลาดก่อน เพื่อจะได้งานที่สมบูรณ์ตามที่คาดหวังไว้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

ขอกราบขอบคุณ คุณพ่อคุณแม่ และครอบครัว สำหรับความรัก ความเข้าใจ ความห่วงใย คำสั่งใจที่มีให้ ทุกสิ่งทุกอย่างยากจะบรรยายหมด

ขอกราบขอบคุณ ครูไก่อ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยแนะนำ แก้ไขงานจนนำไปสู่วิถีทางที่ดีขึ้น

ขอกราบขอบคุณ ครูนิค ครูวิทยา ครูแดง อาจารย์ทุกท่าน สำหรับความรู้ที่ให้กับลูกศิษย์ตลอด 4 ปี

ขอบคุณเพื่อนชวานิเทศศิลป์ทุกคน เพื่อน ดาต เพื่อน ๆ Art on Film กับมิตรภาพสวยงาม รู้ซึ่งกันและกัน ในยามขบขัน และดื้อม สำหรับความช่วยเหลือทุกสิ่งทุกอย่างที่มีให้

ขอบคุณ ร้าน Dragon Pet ,คุณหมอมูติ สำหรับข้อมูลและสินค้าสุนัข อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

ขอบคุณ พี่น้อย Natt Fam ที่ช่วยทำให้ใช้โปรแกรม illus ได้คล่องขึ้น

ขอบคุณ พี่หมู พี่โจ Always Art ที่ให้ความรู้รอบด้าน และประสบการณ์การทำงานจริง

มณีนรัตน์ มีสกุรงค์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

บทคัดย่อ .....	ก
กิตติกรรมประกาศ .....	ค
คำนำ .....	ง
สารบัญ .....	จ
สารบัญภาพ .....	ช
บทที่	
1. บทนำ .....	1
1.1 หัวข้อโครงการ .....	1
1.2 ความสำคัญของโครงการ .....	1
1.3 วัตถุประสงค์ .....	1
1.4 ขอบเขตของโครงการ .....	1
1.5 แนวทางการดำเนินงาน .....	2
2. ข้อมูลด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ .....	3
2.1 ความหมายของการบรรจุภัณฑ์ .....	3
2.2 ความเป็นมาของการบรรจุภัณฑ์ .....	4
2.3 บทบาทและหน้าที่ในการตลาดของบรรจุภัณฑ์ .....	6
2.4 ลักษณะการบรรจุภัณฑ์ .....	8
2.5 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ .....	10
2.6 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ .....	11
2.6.1 การออกแบบด้านโครงสร้าง .....	11
2.6.2 การออกแบบด้านกราฟฟิก .....	13
3. ข้อมูลของสุนัข .....	16
3.1 ประเภทของสุนัข .....	16
3.2 กลุ่มสุนัข .....	16
3.3 ข้อควรปฏิบัติเมื่อนำสุนัขใหม่มาเลี้ยง .....	19
3.4 การเลี้ยงดูสุนัข .....	20
4. วิเคราะห์และสรุปข้อมูล .....	27

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1	การวางตำแหน่งสินค้า .....	27
4.2	กลุ่มเป้าหมาย .....	28
4.3	ช่องทางการจัดจำหน่าย .....	28
4.4	กำหนดขอบเขตและลักษณะของสินค้า .....	28
4.5	วิเคราะห์กราฟฟิคและบรรจุภัณฑ์สินค้าสำหรับสุนัขในปัจจุบัน .....	29
4.6	สรุปแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ “DOGGIE” .....	31
5.	ขั้นตอนการออกแบบ .....	32
5.1	การออกแบบตราสัญลักษณ์ของสินค้า .....	32
5.2	แบบร่างของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ .....	32
5.3	สรุปแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านโครงสร้าง .....	35
5.4	แบบร่างของกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์ .....	37
5.5	สรุปแนวทางการออกแบบกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์ .....	41
6.	ผลงานจริง .....	42
6.1	สรุปผลงานขั้นสุดท้าย .....	42
6.2	ลักษณะกล่องสุกรม .....	46
6.3	ลักษณะกล่องจริงภายใน .....	54
7.	บทสรุปและข้อเสนอแนะ .....	61
	บรรณานุกรม .....	62

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง**

**การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สินค้าสำหรับสุนัขชื่อ “DOGGIE”  
GRAPHIC AND PACKAGING DESIGN OF DOG’S PRODUCT  
UNDER BRAND “DOGGIE”**



เลขหมู่.....  
เลขทะเบียน..... **71494**  
วัน,เดือน,ปี - **9** พ.ค. 2550

.b. 41253952  
.i.....

**ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
ภาควิชาศิลปะการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ปีการศึกษา 2548**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

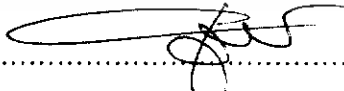
## ใบอนุญาตศิลปนิพนธ์

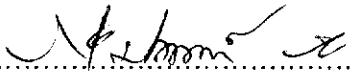
การออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สินค้าสำหรับสุนัขชื่อ “DOGGIE”  
GRAPHIC AND PACKAGING DESIGN OF DOG'S PRODUCT  
UNDER BRAND “DOGGIE”



นางสาวมนีรัตน์ มัสการรงค์  
Miss MANEERAT MASSAKURONG

ภาควิชาศิลปะ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชาศิลปะ

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์.......... วันที่ 24/4/49  
(อาจารย์ไพบุตย์ ตระกุลใจดี)

หัวหน้าภาควิชา.......... วันที่ 24 เม.ย. 49  
(อาจารย์วิศักดิ์ รักษ์หม่อม)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพประกอบ

### รูปที่

1. สุนัขพันธุ์ยอร์กเชิร์ เทอร์เรีย	17
2. สุนัขพันธุ์ดัชชุนขนสั้น	17
3. สุนัขพันธุ์บ็อกเซอร์	17
4. สุนัขพันธุ์คัลเมเชียน	18
5. สุนัขพันธุ์ร็อตไวเลอร์	19
6. ตราสัญลักษณ์ของสินค้า	32
7. รูป Sketch แบบ โครงสร้างกล่องรวม	32
8. ขวดต่างๆ ที่อยู่ภายในกล่อง	33
9. รูป Sketch แบบ โครงสร้างกล่องรวม	33
10. บรรจุภัณฑ์ต่างๆ ที่บรรจุอยู่ในกล่องใหญ่	34
11. ภาพคลี่ แบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชั้นในแบบ Reverse Tuck	34
12. ภาพ Sketch โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชุดรวม	35
13. ภาพคลี่ แบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชุดรวม	36
14. รูป Sketch การเลือกพันธุ์สุนัขมาเป็นสัญลักษณ์	37
15. รูปสัญลักษณ์ที่ใช้ในครั้งที่ 1	37
16. รูป Sketch แบบร่างกราฟฟิกแนวคิด Cosmetic Dogs ครั้งที่ 1	38
17. รูป Sketch แบบร่างกราฟฟิกแนวคิด Cosmetic Dogs ครั้งที่ 2	38
18. รูป Sketch แบบร่างกราฟฟิกแนวคิด Indy Dogs	39
19. รูปแบบกราฟฟิคด้านหน้ากล่อง แนวคิด “ไม่จำกัด”	40
20. รูปแบบกราฟฟิคกล่องด้านข้าง, ด้านหลัง และการวางของข้างในกล่อง	40
21. รูปแบบฉลากขวดด้านหน้าและด้านหลัง	41
22. รูปผลิตภัณฑ์รวมของสุนัขโต พันธุ์ใหญ่, สุนัขโต พันธุ์เล็ก และลูกสุนัข	41
23. แบบอักษรที่ใช้เป็นข้อความทั่วไป	43
24. แบบอักษรที่ใช้เน้นข้อความ	43
25. สัญลักษณ์ลูกสุนัข, สุนัขโต พันธุ์เล็กและสุนัขโต พันธุ์ใหญ่	43
26. วิธีใช้ยาคำจัดเห็บ-หมัด	44

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

27. วิธีใช้ Cotton Bud .....	44
28. วิธีใช้แชมพู .....	45
29. วิธีใช้ยาบำรุง .....	45
30. วิธีใช้สเปรย์ยาบำรุงขน .....	45
31. กล่องรวมทั้ง 3 กล่อง .....	46
32. ภาพคลี่ของบรรจุภัณฑ์กล่องรวมสำหรับลูกสุนัข .....	47
33. ด้านหน้า กล่องรวมสำหรับลูกสุนัข .....	48
34. ด้านหลัง กล่องรวมสำหรับลูกสุนัข .....	48
35. ภาพคลี่ของบรรจุภัณฑ์กล่องรวมสำหรับสุนัขโต พันธุ์เล็ก .....	49
36. ด้านหน้า กล่องรวมสำหรับสุนัขโต พันธุ์เล็ก .....	50
37. ด้านหลัง กล่องรวมสำหรับสุนัขโต พันธุ์เล็ก .....	50
38. ภาพคลี่ของบรรจุภัณฑ์กล่องรวมสำหรับสุนัขโต พันธุ์ใหญ่ .....	51
39. ด้านหน้า กล่องรวมสำหรับสุนัขโต พันธุ์ใหญ่ .....	52
40. ด้านหลัง กล่องรวมสำหรับสุนัขโต พันธุ์ใหญ่ .....	52
41. รูปหุ่ตัวของกล่อง .....	53
42. ก้นกล่อง .....	53
43. ภาพคลี่ Inner .....	54
44. Inner เอียงทำมุม 45 องศา .....	54
45. รูปด้านข้างของการวางสินค้า .....	55
46. การวางสินค้าภายในกล่อง .....	55
47. ฉลากสเปรย์บำรุงขนด้านหน้า .....	56
48. ฉลากสเปรย์บำรุงขนด้านหลัง .....	56
49. ภาพคลี่กล่องยาบำรุง .....	57
50. ยาบำรุงด้านหน้า/ยาบำรุงด้านหลัง .....	57
51. ฉลากแชมพูทั้ง 3 ชนิด .....	58
52. รูปรวมสินค้าสำหรับลูกสุนัข .....	59
53. รูปรวมสินค้าสำหรับสุนัขโต พันธุ์ใหญ่ .....	59
54. รูปรวมสินค้าสำหรับสุนัขโต พันธุ์เล็ก .....	60

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 1

### บทนำ

**หัวข้อโครงการ** การออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สินค้าสำหรับสุนัขหือ “DOGGIE”

#### ความสำคัญของโครงการ

บรรจุภัณฑ์ไม่ใช่เป็นแค่เพียงสิ่งที่ห่อหุ้มของที่อยู๋ภายในเท่านั้น มันยังมีหน้าที่อื่น ๆ เช่น การให้ข้อมูลและรายละเอียด โดยตรงต่อผู้ซื้อ เรียกร่วงความสนใจให้เกิดการซื้อ โดยที่ไม่ต้องมีพนักงานมาบรรยายสรรพคุณสินค้าใด ๆ การสร้างบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบมาอย่างดีนั้นจะมีส่วนช่วยในการกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น พร้อมทั้งทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดูน่าเชื่อถืออีกด้วย แต่ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูง มีผลิตภัณฑ์หลากหลายมากมาย แต่ก็ยังมีปัญหาด้านการบรรจุ การใช้วัสดุไม่เหมาะสม การออกแบบกราฟฟิกไม่สามารถดึงดูดความสนใจได้และที่สำคัญความสะดวกสบายในการเลือกซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็นในการเลี้ยงสุนัขของผู้ที่เพิ่งเริ่มเลี้ยง

ผู้ที่เริ่มต้นเลี้ยงสุนัขนั้น อาจจะมีกังวลในเรื่องการเลี้ยง การให้อาหาร การอาบน้ำ สุขภาพร่างกาย มีคำถามเกิดขึ้นในใจว่าจะเลี้ยงอย่างไร และเลือกอุปกรณ์อย่างไรสำหรับสุนัขดี จึงเกิดแนวคิดที่จะศึกษาและจัดทำโครงการการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสุนัขหือ “Doggie” ซึ่งเป็นหือที่สมมุติขึ้นมาเพื่อตอบสนองกับความต้องการความสะดวกสบายในการที่เลือกซื้อสินค้าสำหรับสุนัขที่เพิ่งเริ่มเลี้ยงที่มีคุณภาพ บรรจุภัณฑ์เหมาะสำหรับการเดินทางเพื่อที่จะดูแลสุนัขได้ในทุก ๆ ที่

#### วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. ศึกษาการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
2. ศึกษาการออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับโครงสร้างและเหมาะสมกับสินค้า
3. เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเป็นชุดรวม สำหรับบุคคลที่เริ่มเลี้ยงสุนัข

#### ขอบเขตของโครงการ

1. ออกแบบสัญลักษณ์ “DOGGIE”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. ออกแบบบรรจุภัณฑ์

แบ่งสินค้าให้สุนัขออกเป็น 3 กลุ่ม 3 ประเภท

- 2.1 ลูกสุนัข
- 2.2 สุนัขโต พันธุ์เล็ก
- 2.3 สุนัขโต พันธุ์ใหญ่

โดยแต่ละกลุ่มจะบรรจุของทั้งหมด 9 อย่าง

- อาหารเสริม 1 ขวด
- ขอบขบเคี้ยว (กระดูกปลอม)
- แคมพู 1 ขวด
- ผ้าขนหนู (สำหรับสุนัข) 1 ผืน
- สเปรย์กำจัดเห็บ - หมัด 1 ขวด
- สเปรย์บำรุงขน 1 ขวด
- ก้านสำลี 1 กล่อง
- ของเล่น 1 ชิ้น
- ปลอกคอ 1 อัน

### แนวทางการดำเนินงาน

1. รวบรวมข้อมูล
  - 1.1 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์
  - 1.2 ข้อมูลการเลี้ยงสุนัข เช่น ประเภทของสุนัข และการเลี้ยงดูสุนัข
  - 1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของสุนัข
2. วิเคราะห์ข้อมูล
  - 2.1 วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นและประมวลความคิดลักษณะงาน
  - 2.1 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและความต้องการในตลาด
  - 2.2 วิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย ของโครงสร้างและกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของสุนัข
3. สรุปขอบเขตของโครงการและลักษณะงานโดยรวม
  - 3.1 แนวทางการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย
  - 3.2 แนวทางการออกแบบกราฟฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์
4. ออกแบบตามแนวทางที่วางไว้
5. ตรวจสอบแก้ไขแบบร่าง ปรับปรุงข้อบกพร่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### การออกแบบบรรจุภัณฑ์

#### ความหมายของการบรรจุภัณฑ์ (Packaging)

การบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาด โดยเฉพาะในปัจจุบันที่การผลิตสินค้าหรือบริการได้เน้นหรือให้ความสำคัญกับผู้บริโภค (Consumer Oriented) และจะเห็นได้ว่าการบรรจุภัณฑ์มีบทบาทมากขึ้นเพราะลำพังตัวสินค้าเองไม่มีนวัตกรรม หรือการพัฒนาอะไรใหม่อีกแล้ว ฉะนั้นไม่ออกเพราะได้มีการวิจัยพัฒนากันมานานจนถึงขั้นสุดขีดแล้ว จึงต้องมาเน้นที่บรรจุภัณฑ์กับการบรรจุหีบห่อ (Packaging) บรรจุภัณฑ์กับหีบห่อ (Package) ถือว่าเป็นคำคำเดียวกัน ทั้งนี้สุดแล้วแต่ผู้ใดประสงค์หรือชอบที่จะใช้คำใด

ความหมายของการบรรจุภัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อ ได้มีผู้ให้คำจำกัดความไว้มากมายพอสรุปได้ดังนี้

1. Packaging หมายถึง งานเทคนิคที่ต้องอาศัยความชำนาญ ประสบการณ์และความคิดสร้างสรรค์ ในอันที่จะออกแบบและผลิตหีบห่อให้มีความเหมาะสมกับสินค้าที่ผลิตขึ้นมา ให้ความคุ้มครองสินค้า ห่อหุ้มสินค้าตลอดจนประโยชน์ใช้สอย อาทิเช่น ความสะดวกสบายในการหอบหิ้ว พกพา หรือการใช้ เป็นต้น

2. Packaging หมายถึง กลุ่มของกิจกรรมในการวางแผนเกี่ยวกับการออกแบบ การผลิต ภาชนะบรรจุหรือสิ่งหุ้มห่อสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับฉลาก (Label) และตราชื่อ (Brand name)

3. Packaging หมายถึง ผลรวมของศาสตร์ ศิลปะ และเทคโนโลยีของการออกแบบ การผลิต บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้า เพื่อการขนส่งและการขายโดยเสียค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

4. Packaging หมายถึง การใช้เทคโนโลยีและเศรษฐศาสตร์เพื่อหาวิธีการรักษาสภาพเดิมของสินค้าจนกว่าจะถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย เพื่อให้ยอดขายมากที่สุดและต้นทุนต่ำสุด

5. Packaging หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและผลิตรูปร่างหน้าตาของภาชนะบรรจุ สิ่งห่อหุ้มตัวผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์

6. Packaging เป็นทั้งศิลปะและวิทยาศาสตร์ ซึ่งถูกมองในหลายแง่โดยบุคคลฝ่ายต่าง ๆ ในกระบวนการผลิตสินค้า กล่าวคือ ฝ่ายเทคนิคจะคิดถึงปฏิกิริยาระหว่างภาชนะบรรจุกับผลิตภัณฑ์ และสิ่งแวดล้อม ฝ่ายผลิตจะพิจารณาต้นทุนและประสิทธิภาพของระบบการบรรจุ ฝ่ายจัดซื้อจะ

คำนึงถึงต้นทุนของวัสดุทางการบรรจุ และฝ่ายขายจะเน้นถึงรูปแบบและสีที่สะดุดตา ซึ่งจะช่วยให้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการโฆษณาผลิตภัณฑ์ ด้วยเหตุนี้ Packaging ที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมจะเกิดขึ้นได้จากการ ประนีประนอมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ภาชนะบรรจุซึ่งมีน้ำหนักเบาและราคาต้นทุนต่ำ แต่ ในขณะเดียวกันมีรูปแบบสวยงาม และให้ความคุ้มครองอย่างเพียงพอแก่ผลิตภัณฑ์ภายในได้

7. Packaging หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตลอดในขบวนการทางตลาดที่เกี่ยวข้องเนื่อง กับการออกแบบสร้างสรรค์ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์

8. Packaging หมายถึง การนำเอาวัสดุ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ ไม้ ประกอบ เป็น ภาชนะหุ้มห่อสินค้า เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยให้มีความแข็งแรง สวยงาม ได้สัดส่วนที่ถูกต้อง สร้างภาพพจน์ที่ดี มีภาษาในการติดต่อสื่อสาร และทำให้เกิดผลความพึงพอใจจากผู้ซื้อสินค้า

จากความหมายของคำเหล่านี้อาจสรุปได้ว่า การบรรจุภัณฑ์จะต้องประกอบด้วยบรรจุภัณฑ์ การบรรจุสินค้า ซึ่งเกี่ยวข้องกับระบบในการผลิต (Production) การลำเลียง (Handling) การขนส่ง (Transportation) การเก็บรักษา (Storage) การตลาด (Marketing) วิทยาศาสตร์ (Sciences) วิศวกรรมศาสตร์ (Engineering) และศิลปะแขนงต่าง ๆ

### ความเป็นมาของการบรรจุภัณฑ์

ในยุคหินเมื่อมนุษย์ล่าสัตว์ได้เขาก็จะใช้หนังสัตว์หรือใบไม้ห่อหุ้มสัตว์ที่ล่ามาได้เพื่อ ป้องกันพวกแมลง แสงแดดและฝน นอกจากนี้ในการพกพาอาหารหรือวัตถุที่ต้องการ สิ่งที่ใช้ใน การห่อหุ้มจะเป็น เปลือกไม้ ใบไม้ เปลือกหอย กระบอไม้ กระเพาะสัตว์ หนังสัตว์ ฯลฯ เป็นต้น การรู้จัก การแก้ปัญหาด้วยการนำเอาวัตถุดิบจากธรรมชาติเข้ามาเป็นอุปกรณ์ช่วยเคลื่อนย้ายวัตถุ มวลสาร การกระทำดังกล่าวจึงนับว่าเป็นที่มาของการบรรจุ (Filling) ต่อมามนุษย์เริ่มรู้จักการ ประดิษฐ์ คิดค้นภาชนะบรรจุด้วยการดัดแปลงคุณสมบัติทางกายภาพของวัสดุธรรมชาติให้มีรูปร่าง และหน้าที่ใช้สอยเพิ่มขึ้นนี้เอง จึงจัดว่าเป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ดั้งเดิม (Primitive Packaging Design) ที่มนุษย์ในสมัยก่อนได้กระทำขึ้นตามสภาพการเรียนรู้และการค้นพบวัสดุในแต่ละยุค

การออกแบบการบรรจุภัณฑ์ จึงเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการค้าและการบริการ ใน ฐานะของสิ่งช่วยอำนวยความสะดวกแก่การขนส่งสินค้า (Aid Transportation) โดยทำหน้าที่ขึ้น พื้นฐานอันดับแรกคือปกป้อง คุ้มครองสินค้าให้ปลอดภัยจากความเสียหาย อันเนื่องมาจากการ กระแทกกระเทือน และป้องกันสิ่งปนเปื้อนที่ไม่พึงประสงค์ (To Prevent Spillage And Contamination) ที่อาจจะเกิดขึ้นในระหว่างการขนส่งสินค้าและผลิตภัณฑ์จาก โรงงานผลิตไป จนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค ซึ่งบทบาทนี้มีผลทำให้รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ (Package Form) มีการ พัฒนาขึ้นมารองรับ มีการออกแบบภาชนะบรรจุแบบปิด (Closed Container) เช่น ถัง ไม้ การรู้จักปิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผนึกบรรจุภัณฑ์ เช่น มีฝาจุกปิดขวด ฯลฯ เป็นต้น เทคนิคและกรรมวิธีการบรรจุที่พัฒนาขึ้นตามหน้าที่ใช้สอยเหล่านี้ จึงเป็นผลทำให้เกิดการพัฒนา รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลายลักษณะตามกาลเวลา และการค้นพบวัสดุหรือเทคโนโลยีที่นำมาใช้

ในสมัยต่อมา เมื่อความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์ ด้านศิลปศาสตร์และเทคโนโลยี เครื่องกลโรงงานต่าง ๆ ถูกคิดค้นพัฒนามากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงของการปฏิวัติทางอุตสาหกรรมที่เริ่มมาตั้งแต่ต้น ศตวรรษที่ 17 ทำให้ระบบการผลิตกลายเป็นการผลิตแบบขนานใหญ่ และทำให้เกิดการพัฒนา รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ สามารถสนองความสะดวกรวดเร็วยุคสมัย การขนส่งสินค้า ความต้องการด้านความปลอดภัย ความรวดเร็ว ความต้องการสินค้าที่มีคุณภาพ และความต้องการความหลากหลายของสินค้า ฯลฯ จึงทำให้เกิดการตราเป็นกฎหมาย หน่วยบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า และการโฆษณา

- มีการตรากฎหมายขึ้นเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค ให้ผู้ผลิตเคารพในกรรมวิธีการผลิตที่สะอาดบริสุทธิ์และถูกต้องตามหลักสุขภาพอนามัย ไม่ปิดป้ายฉลาก หลอกลวงผู้บริโภคเกินความจริง

- หน่วยบรรจุ เกิดขึ้นเพราะให้ความคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดีกว่า

- ตราฉลากสินค้าหรือยี่ห้อผลิตภัณฑ์ เริ่มมีความสำคัญเพราะทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำ และเลือกผลิตภัณฑ์ที่ต้องการตามคุณภาพได้

- ผู้บริโภคมีความรู้และประสบการณ์หลายด้านเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือเลือกการบริโภคอย่างแพร่หลาย โดยผ่านวิธีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์

ปรากฏการณ์เหล่านี้ทำให้ตัวบรรจุภัณฑ์ เริ่มเข้ามามีบทบาทแทนพนักงานขายมีความสำคัญมากในฐานะ “ตัวแสดงสินค้า” ที่ต้องการแสดงให้ผู้บริโภคเห็นถึงเนื้อในหรือเนื้อหาของสินค้าด้วยการให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าบนหีบห่อ โดยใช้เทคนิควิธีการออกแบบสมัยใหม่ที่สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้ ดังนั้นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมาจึงมีการพัฒนากรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์หรือภาชนะบรรจุ ความรู้ความเข้าใจด้านศิลปะและกราฟิคดีไซน์

ด้วยเหตุและปัจจัยดังกล่าวมาแล้ว จึงเป็นผลให้เกิดอาชีพเฉพาะขึ้นในวงการอุตสาหกรรมคือ อาชีพนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Designer) ที่เพิ่งเกิดขึ้นในช่วงไม่กี่สิบปีที่ผ่านมา ซึ่งนับว่าเป็นอาชีพใหม่ที่มีความสำคัญต่อวงการธุรกิจการค้าเป็นอย่างมาก ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงเป็นวิทยาการที่เกี่ยวข้องกับคนหลายวงการ หลายอาชีพ และหลายวิทยาการ กล่าวคือนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องศึกษาหาความรู้หลาย ๆ ด้านมาประกอบ หรือเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับการออกแบบ เช่น ความรู้เกี่ยวกับวัสดุบรรจุภัณฑ์ เครื่องจักรที่ใช้ กระบวนการในการผลิตสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเก็บรักษา การขนส่ง การตลาด เศรษฐศาสตร์กฎระเบียบข้อบังคับ ศิลปะ จิตรกรรมและ  
ประติมากรรม ฯลฯ

### บทบาท และหน้าที่ในการตลาดของบรรจุภัณฑ์ (Roles and functions in marketing)

อัตราแข่งขันด้านการค้าขายในภาวะเศรษฐกิจของโลกปัจจุบัน นับวันจะเพิ่มปริมาณมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งนับว่าเป็นภาวะการณ์ที่ทำให้เกิดการพัฒนาและการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ตลอดทั้ง มีการคิดค้นกลยุทธ์ กลวิธีทางการตลาด (Marketing strategy) ขึ้นมาอย่างมากมาย โดยมีจุดประสงค์ที่คล้ายกัน คือการ ได้มาซึ่ง “ความสนใจจากลูกค้า” (Customer's attention) และเงินตราฐานะความร่ำรวยทางเศรษฐกิจในที่สุด

ด้วยเหตุดังกล่าว บรรจุภัณฑ์จึงได้รับความสำคัญขึ้นมาเป็นอย่างมาก และเป็นองค์ประกอบหลักที่ผู้ผลิตนำมาเป็นเครื่องมือสำหรับการแข่งขันซึ่ง Chimakuchi (1985 : 19) กล่าวไว้ในหนังสือ Package Design in Japan. Vol.1 ว่า “ถ้าตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์มีฐานะเป็นพระเอก บรรจุภัณฑ์ก็เปรียบเสมือนเป็นพระรอง ที่นำมาเน้นย้ำการบริการด้วยตนเอง เป็นผู้ช่วยขายผลิตภัณฑ์เพราะสามารถแสดงตัว หรือตราสินค้า ต่อผู้ใช้ประจำได้อย่างรวดเร็ว และยังสามารถที่จะจูงใจผู้ที่ไม่เคยใช้ให้เกิดความสนใจ อยากที่จะทดลองใช้เป็นครั้งแรกอีกด้วย ดังนั้น สินค้าและบรรจุภัณฑ์จึงเป็นของที่คู่กันมาโดยตลอด ยิ่งสินค้ามากการคิดค้นแข่งขันกันมากเท่าไร การบรรจุภัณฑ์ก็จะได้รับการพัฒนาขึ้นตามไปมากเท่านั้น จนกระทั่งเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญสำหรับสินค้าและการตลาดอย่างจะขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่ได้ เพราะบรรจุภัณฑ์ได้แสดงบทบาทและหน้าที่ในการตลาด ดังต่อไปนี้

#### 1. การบรรจุและการคุ้มครองป้องกันภัย (Containment and protection)

บรรจุภัณฑ์ที่จะประสบความสำเร็จต้องเอื้ออำนวยต่อการบรรจุและการคุ้มครอง ซึ่งภาชนะบรรจุจะต้องได้รับการออกแบบให้สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากความเสียหาย เนื่องจากการขนส่ง ป้องกันการเน่าเสีย เก็บรักษาง่าย ไม่เสื่อมสลายไว เพราะผู้บริโภคไม่ต้องการที่จะได้รับอันตรายจากอาหารเป็นพิษหรือบาดเจ็บเนื่องมาจากบรรจุภัณฑ์ไม่เรียบร้อยสมบูรณ์

#### 2. การบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ (identification)

บรรจุภัณฑ์ต้องแสดงให้เห็นตัวผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคในทันที โดยการใช้ชื่อการค้า (tradename) เครื่องหมายการค้า (trademark) ชื่อผู้ผลิต ลักษณะและประเภทของสินค้า เข้ามาเป็นเครื่องมือบ่งชี้ เพราะผู้บริโภคต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรงเด่นชัด มองหาได้ง่าย ตัวอักษรจึงควรมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนาดพอเหมาะ อ่านง่าย สีที่ใช้ก็ควรให้เด่นหรือต่างกัน ซึ่งนอกจากจะง่ายต่อการจดจำแล้ว ยังช่วยลดความผิดพลาดในการหยิบฉวยผลิตภัณฑ์ที่ไม่ต้องการ ทั้งของร้านขายปลีกและผู้บริโภคได้ดีอีกด้วย

### 3. การอำนวยความสะดวก (convenience)

ในแง่ของการผลิตและการตลาดนั้น บรรรจภัณฑ์ต้องเอื้ออำนวยความสะดวกในการขนส่งและการเก็บรักษาในคลังสินค้า ซึ่งต้องมีความมั่นคงแข็งแรงสามารถที่จะวางซ้อนกันได้หลายชั้น เพื่อประหยัดเนื้อที่ ในระดับการขายปลีกก็เช่นกัน บรรรจภัณฑ์ต้องมีขนาดรูปร่างที่ลงตัว (fitness size) ง่ายและสะดวกต่อการเรียงซ้อนในชั้นวางของหรือจัดแสดง โชว์ ดังนั้นเราจึงไม่ค่อยเห็นบรรรจภัณฑ์ที่มีรูปทรงลักษณะพิเศษเฉพาะในร้านขายของชำมากนัก ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคนั้น เป็นการอำนวยความสะดวกในแง่ของการนำไปใช้สอดคล้องตามหน้าที่ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามประเภทการใช้งานและการเก็บรักษาเมื่อสินค้าถึงมือผู้บริโภค ผู้ออกแบบจึงต้องออกแบบให้มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมและสรีระร่างกายของมนุษย์ มีความปลอดภัยและเหมาะสมกับสถานะการใช้งาน เป็นต้น

### 4. การดึงดูดความสนใจผู้บริโภค (consumer appeal)

การที่บรรรจภัณฑ์จะสามารถดึงดูดใจของผู้บริโภคได้ดีนั้น เป็นผลมาจากองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น ขนาด รูปร่าง รูปทรง สี วัสดุ ข้อความตัวอักษรบอกวิธีใช้ ฯลฯ อาจกล่าวได้ว่า สิ่งที่ปรากฏบนรูปบรรรจภัณฑ์ทั้งหมดก็คือ สิ่งที่จะนำมาซึ่งความสนใจของผู้บริโภคนั่นเอง ผู้ออกแบบจะต้องสร้างรูปลักษณ์บรรรจภัณฑ์ให้เกิดประสิทธิภาพทางการสื่อสารและเกิดผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เช่น

- ออกแบบบรรรจภัณฑ์ให้มีหลายขนาด เพราะผู้บริโภคมีความต้องการ ขนาด ปริมาณ ตลอดจนงบประมาณการซื้อที่แตกต่างกัน
- การใช้สีบนบรรรจภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ที่ห่อหุ้มอยู่ด้านใน เช่น อาหารก็เลือกใช้สีที่สดใส น่ากิน น่าใช้ เป็นต้น
- การใช้รูปร่าง รูปทรงบรรรจภัณฑ์ให้ตรงกับเทศกาล โอกาส เทศ และวัย ให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วม เป็นสิ่งหนึ่งที่ดึงดูดความสนใจด้วยเช่นกัน เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลวันแห่งความรัก ฯลฯ ซึ่งบรรรจภัณฑ์จะแสดงตัวให้ผู้บริโภคทราบว่าควรจะไปใช้ในโอกาสใด จึงจะเหมาะสม

บางกรณีบรรรจภัณฑ์อาจจะดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค ด้วยการเอื้ออำนวยความสะดวกสบายในการใช้งานและให้ความรู้สึกคุ้มค่ากับเงินตราที่จ่ายออกไป เช่น การรวมผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขายเป็นชุด หรือหน่วยบรรจุรวม (Unit packaging) เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกสะดวกในการขนถ่าย ประทับใจในวัสดุและการออกแบบ โดยเฉพาะเกิดความรู้สึกว่ามีราคาถูกลง เมื่อเทียบราคาต่อหน่วยบรรจุ บางครั้งอาจสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถเปลี่ยนหน้าที่เป็นภาชนะบรรจุอย่างอื่นได้ต่อไปอีก สร้างความรู้สึกต่อผู้บริโภคว่าได้ของแถม (Premium) ที่มีประโยชน์เพิ่มขึ้นมา กลยุทธ์และวิธีการดังกล่าวที่กล่าวมาแล้ว จึงนับว่าบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่สิ่งคู่ที่ทำให้เกิดการซื้อ การขาย การนำไปใช้ อันจะทำให้เงินตราในระบบเศรษฐกิจเกิดการหมุนเวียนได้

### 5. การเศรษฐกิจ (Economy)

บรรจุภัณฑ์มีบทบาทและหน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ เป็นองค์ประกอบร่วมในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ เพราะถือว่าเป็นต้นทุนการผลิต (Product cost) อีกอันหนึ่งทำให้เกิดกำไรแก่ผู้ผลิต เกิดการว่างงาน เกิดการใช้แรงงานตลอดจนการใช้ทรัพยากรต่างๆ มาสร้างให้บรรจุภัณฑ์มีบทบาท หน้าที่ 4 ประการที่กล่าวมา ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อราคาของบรรจุภัณฑ์ ได้แก่

- 5.1 ราคาของวัสดุบรรจุภัณฑ์
- 5.2 ราคาของกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์
- 5.3 ราคาของการเก็บรักษาและการขนส่ง
- 5.4 ราคาของเครื่องมือ เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์
- 5.5 ราคาของการใช้แรงงานที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้มีใจเพียงมีผลต่อการกำหนดราคาสินค้าเท่านั้น แต่ยังทำให้ระบบเศรษฐกิจเกิดการหมุนเวียนไปอย่างครบวงจร ดังนั้น บรรจุภัณฑ์จึงเป็นสิ่งที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพเศรษฐกิจของประเทศ ความก้าวหน้าทางวิชาการ เทคโนโลยี วิธีการดำเนินชีวิต ตลอดจน ศิลปวัฒนธรรมของมนุษย์ในแต่ละยุคสมัยได้อีกด้วย

### ลักษณะการบรรจุภัณฑ์

เป็นการยากที่จะกำหนดลักษณะที่ดีของบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะปัจจัยต่าง ๆ หลายอย่าง เช่น ประเภทสินค้า กลุ่มสินค้า ฯลฯ มีทั้งปัจจัยที่ควบคุมได้และปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ เช่น สินค้าในสังคมคนจีน หีบห่อที่มีสีแดงอาจเป็นสินค้าที่แสดงว่าการหีบห่อดี เนื่องจากวัฒนธรรมของคนจีนถือว่าสีแดงเป็นสิริมงคล ในขณะที่ฝรั่งอาจไม่ชอบเพราะคิดว่าเซซหรือเป็นสีที่แสดงถึงสินค้าอันตราย เป็นต้น อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่าเราสามารถกำหนดลักษณะหลักของบรรจุภัณฑ์ที่ได้อย่างสงบได้ดังนี้

1. Package Use บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ผลิตภัณฑ์หมดแล้วสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อีก รวมทั้งคุณสมบัติอื่น ๆ ของบรรจุภัณฑ์ เช่น วิธีการเปิดปิดกล่องผลิตภัณฑ์ที่เปิดได้ง่าย ปิดได้สนิท ดี จับถนัดมือเก็บและพกพาง่าย หรือสามารถนำไปทำประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ได้อีก ตลอดจนความสะดวกสบายในการทำลายซากเมื่อเหลือใช้

2. Practicallity คือ ลักษณะที่ให้ความสะดวกกับการนำเอาสินค้าไปใช้ ในขั้นการปฏิบัติจริง ๆ แล้วไม่มีปัญหา เหมาะกับการใช้งานด้านต่าง ๆ เช่น ขนส่งสะดวก ตั้งโชว์ได้ดี ฯลฯ

3. Proportion Of The Package คือ สัดส่วนที่เหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ โดยที่ขนาดต้องใกล้เคียงกับสินค้าจริง ๆ โดยผู้ซื้อสามารถที่จะคาดคะเนได้ว่าสินค้าภายในมีรูปร่างขนาด ปริมาณอย่างไร ไม่หลอกลวงผู้บริโภค ตลอดจนมีความเหมาะสมกับวัสดุที่ผลิต และสอดคล้องกับความสามารถในการผลิตของโรงงานด้วย

4. Portability คือ ต้องมีลักษณะที่แสดงถึงความสะดวกในการเคลื่อนย้าย หรือง่ายต่อการหยิบใช้สอย เหมาะกับทุกสถานที่ สามารถจัดวางให้มั่นคงเรียบร้อยดี

5. Presentation คือ การแสดงตัวสินค้าให้ดี อาจมีรูปวิธีการใช้แสดงลักษณะของของที่บรรจุอยู่ภายในว่าเป็นอย่างไร

6. Prescription หมายถึง การแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้า เช่น ส่วนประกอบ สัดส่วน น้ำหนัก วันเวลาหมดอายุ ฯลฯ

7. Product Use หมายถึง ความสามารถในการนำสินค้านั้นไปใช้ หีบห่อแสดงให้เห็นว่าสินค้าภายในไปใช้ประโยชน์อะไรได้บ้าง

8. Image มีลักษณะสะท้อนภาพพจน์ที่ดีแก่สินค้า และแสดงเอกลักษณ์ของสินค้านั้น ๆ

9. อำนวยความสะดวก (Convenience) บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องเอื้ออำนวยความสะดวกต่อการขนส่งและการเก็บรักษาสินค้า ต้องมีความแข็งแรงเพียงพอที่จะวางซ้อน ทับกัน ได้หลายๆ ชั้นเพื่อประหยัดพื้นที่ ต้องมีขนาดพอเหมาะ กับลักษณะการใช้งานและสะดวกต่อการบรรจุสินค้าลงไปง่ายและสะดวกต่อการเรียงซ้อนกัน ในชั้นวางจัดแสดงสินค้าในร้านค้าปลีก ในด้านผู้บริโภคนั้น บรรจุภัณฑ์ต้องอำนวยความสะดวกในแง่ของการนำไปใช้สอยตามหน้าที่ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด จึงต้องออกแบบให้มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมและสรีระของมนุษย์ สะดวกต่อการจับถือหิ้ว และมีความสะดวกในการเปิด-ปิดบรรจุภัณฑ์โดยไม่ทำให้สินค้าที่บรรจุอยู่เสียหายจนกว่าสินค้านั้นจะใช้หมด ปลอดภัยแก่การใช้งาน

10. เป็นองค์ประกอบตัวหนึ่งในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ เพราะถือว่าเป็นต้นทุนการผลิตของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์มีส่วนช่วยทำให้ระบบเศรษฐกิจเกิดการหมุนเวียน สะท้อนให้เห็นถึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาพเศรษฐกิจของประเทศ ความก้าวหน้าทางวิชาการ เทคโนโลยี วิธีการดำเนินชีวิต ตลอดจน ศิลปวัฒนธรรมของมวลมนุษย์ในแต่ละยุคสมัยได้ดีอีกด้วย

11. ส่วนลักษณะอื่น ๆ ได้แก่ ความสะอาด ความง่าย ความโดดเด่น การป้องกันคุ้มครอง รักษา การให้ข้อมูล การส่งเสริมการขาย ฯลฯ

### ประเภทของบรรจุภัณฑ์

เราสามารถแบ่งประเภทของบรรจุภัณฑ์ ออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. Individual Package หรือบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ ชั้นแรก เป็นสิ่งที่บรรจุภัณฑ์เอาไว้เฉพาะหน่วย โดยมีวัตถุประสงค์ชั้นแรก คือ เพิ่มคุณค่าเชิง พาณิश्य์ เช่น กำหนดให้มีลักษณะเป็นกระป๋อง ขวด หลอด ถุง ซึ่งอาจทำให้มีรูปร่างเฉพาะหรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การจับถือ อำนวยความสะดวก พร้อมทั้งทำหน้าที่ ให้การปกป้องแก่ ผลิตภัณฑ์โดยตรงอีกด้วย

2. Inner Package หรือบรรจุภัณฑ์ชั้นใน คือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดมาเป็นชั้นที่สอง มีหน้าที่ รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเข้าไว้ด้วยกันเป็นชุด ในการจำหน่ายรวมตั้งแต่ 2-24 ชิ้นขึ้นไป โดยมี วัตถุประสงค์ชั้นแรก คือ การป้องกันรักษาสินค้าจากความชื้น แสง แรงกระทบกระเทือน และ อำนวยความสะดวกแก่การขายปลีกย่อย ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ กล่องกระดาษแข็งที่ บรรจุเครื่องคัมเป็นกระป๋องหรือขวดจำนวนครึ่งโหล หรือฟิล์มหดรัดรูปสบู่ 1 โหล เป็นต้น

3. Outer Package หรือบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด คือ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ที่ใช้ในการขนส่ง โดยปกติแล้วผู้ซื้อจะไม่ได้เห็นบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ หีบ ไม้ ลัง กล่อง กระดาษขนาดใหญ่ ซึ่งภายนอกจะบอกเพียงข้อมูลที่เป็นต่อการขนส่งเท่านั้น เช่น รหัสสินค้า เลขที่ ตราสินค้า สถานที่ส่ง เป็นต้น

ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่กล่าวมาทั้ง 3 ลักษณะนี้ เป็นการแบ่งประเภทตามลักษณะ กรรมวิธีการขนถ่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งการจัดแบ่งและเรียกชื่อบรรจุภัณฑ์อาจแตกต่างกันไปตาม ทรรศนะของผู้ออกแบบต่างๆ แต่โดยรวมแล้วบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทที่ตั้งอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์ หลักใหญ่ที่คล้ายกัน คือ

#### 1. เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์
3. เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย 2 ประเภทคือ

### 1. การออกแบบด้านโครงสร้าง

กระบวนการออกแบบโครงสร้าง (The Structural Packaging Design Process) หมายถึง การกำหนดลักษณะ รูปร่าง ขนาด ปริมาตร น้ำหนัก ประเภทของวัสดุที่จะนำมาทำเป็นบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้ โดยเน้นถึงหน้าที่ในการคุ้มครองรักษาคุณภาพสินค้า การให้ความสะดวกในการลำเลียงขนส่ง เก็บรักษา และประหยัด เช่น การเลือกใช้วัสดุ คุณภาพของวัสดุ ขนาดและรูปแบบของการบรรจุ วิธีการประกอบหรือขึ้นรูป ความแข็งแรงต่าง ๆ เป็นต้น กิจกรรมขั้นตอนนี้ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญในการบรรจุภัณฑ์ และในการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยทั่วไปแล้วผู้ออกแบบต้องอาศัยความรู้และข้อมูลข่าวสารจากหลาย ๆ ด้าน รวมทั้งคำแนะนำจากผู้ชำนาญการบรรจุหีบห่อ โดยผู้ออกแบบจะทำหน้าที่เป็นผู้สร้างภาพพจน์ (The Image Maker) จากข้อมูลต่างๆ ให้ปรากฏเป็นรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์จริง ๆ ในแง่รูปธรรมให้ได้ ซึ่งมีลำดับขั้นตอนดังนี้

- ทำอย่างไร บรรจุภัณฑ์จึงจะสามารถสื่อสารได้ทั้งวงจรมูลค่าและทัศนคติ
- บรรจุภัณฑ์ควรจะสร้างความพึงพอใจ เกียรติและศักดิ์ศรีสำหรับผู้ซื้อ แม้ว่าผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์ไปแล้ว ผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภครู้ชื่อนั้นควรจะทำหน้าที่ขายต่อไปได้อีก เพราะการขายนั้นมีได้สิ้นสุดเพียงที่จะซื้อ เท่านั้น แต่บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องสร้างความต่อเนื่องในการนำมาใช้ และการขายหลังจากที่ถูกซื้อไปแล้วไม่ว่ามันจะถูกนำไปวางอยู่ ณ ที่ใดก็ตาม หรือจนกว่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นั้นจะใช้หมดหรือถูกทำลายไป จึงถือว่าเป็นที่สิ้นสุด เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีของสวยงาม เห็นเด่นชัด และแสดงเอกลักษณ์เฉพาะตัว
- บรรจุภัณฑ์จะต้องแสดงความโดดเด่นและดึงดูดให้เห็นชัดเจนต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ด้วยการใช้สี ขนาด รูปร่าง เพื่อแสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้จดจำง่ายหยิบฉวยง่าย ดึงดูดใจดึงดูดใจผู้บริโภค

กระบวนการการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ในกระบวนการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ทั่วไปนั้น ผู้ออกแบบต้องใช้ความรู้และข้อมูลจากหลายๆ ด้านจากหลายๆ ฝ่ายมาร่วมปรึกษาพิจารณา โดยที่ผู้ออกแบบจะทำหน้าที่เป็น

ผู้สร้างภาพพจน์ (The imagery maker) ให้ปรากฏเป็นรูปลักษณะ ซึ่งมีกระบวนการออกแบบดังต่อไปนี้

1. กำหนดนโยบายหรือวางแผนยุทธศาสตร์ (Policy formulation or strategic planning) เช่น ตั้งวัตถุประสงค์และเป้าหมายการผลิต เงินทุน งบประมาณ การจัดการและการกำหนดสถานะ (situation) ของบรรจุภัณฑ์
2. การศึกษาวิจัยเบื้องต้น (Preliminary research) ได้แก่ การศึกษาข้อมูลหลักการทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและวิศวกรรมทางการผลิต ตลอดจนการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ เช่น ศึกษาข้อมูลวัสดุ ศึกษาคุณลักษณะของวัสดุ ศึกษาและคำนึงถึงแรงกระทบที่จะเกิดขึ้นจริงในระหว่างการขนส่งศึกษามิติภายในที่เหมาะสมกับการบรรจุผลิตภัณฑ์ อันได้แก่ ความกว้าง ความสูงหรือความลึก ศึกษาถึงมิติ รูปร่าง รูปทรง ขนาดสัดส่วนที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพที่สุด ศึกษาถึงวิธีการผลิต ศึกษาถึงวิธีการประกอบรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ว่าจะใช้วัสดุรวมเพื่อการประกอบเป็นอะไรบ้าง ศึกษาและคำนึงถึงการกำหนดแบบแผ่นคลี่ เช่น การกำหนดแบบส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์ กำหนดจุดตัด พับ ในแบบคลี่ของบรรจุภัณฑ์
3. การศึกษาถึงความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ (Feasibility study) เมื่อได้ศึกษาข้อมูลต่างๆ แล้วก็เริ่มศึกษาความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ด้วยการสเก็ทภาพ แสดงถึงรูปร่างลักษณะ ส่วนประกอบของ โครงสร้าง 2-3 มิติ เพื่อพิจารณาคัดเลือกแบบร่างเพื่อพัฒนาในขั้นต่อไป
4. การพัฒนาและแก้ไขแบบ (Design Refinement) ในขั้นตอนนี้ผู้ออกแบบจะต้องขยายรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ (detail design) ของแบบร่างให้ทราบอย่างละเอียด โดยเตรียมเอกสารหรือข้อมูลประกอบ มีการกำหนดเทคนิค วิธีการผลิต การบรรจุ วัสดุ การประมาณราคา การทดลองบรรจุเพื่อหารูปทรงที่เหมาะสมไปพัฒนาในขั้นต่อไป
5. การพัฒนาต้นแบบจริง (Prototype development) เมื่อโครงสร้างได้รับการแก้ไขและพัฒนาผ่านการยอมรับแล้ว ลำดับต่อมาผู้ออกแบบต้องทำหน้าที่เขียนแบบเพื่อกำหนด รูปร่างและสัดส่วนจริงด้วยการเขียนภาพประกอบรายละเอียดทั้ง plan, elevations, perspective, assembly, scale รวมทั้งจำแนกส่วนประกอบชนิดและประเภทของวัสดุ ซึ่งในขั้นนี้ควรจะลงบรรจุภัณฑ์ให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใกล้เคียงของจริงมากที่สุดเท่าที่จะทำได้เพื่อวิเคราะห์ข้อดีข้อเสีย และทดลองออกแบบกราฟฟิกเพื่อพิจารณาพร้อมกับโครงสร้างให้สอดคล้องกันไป

6. การผลิตจริง (Production) สำหรับขั้นตอนนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นหน้าที่รับผิดชอบของฝ่ายผลิตในโรงงาน ที่จะต้องบอการตามแบบที่นักออกแบบให้ไว้ ซึ่งฝ่ายผลิตจะต้องสร้างบรรจุภัณฑ์จริงออกมาก่อนจำนวนหนึ่ง เพื่อเป็นตัวอย่าง (pre-production prototypes) สำหรับการทดสอบทดลองและวิเคราะห์เป็นครั้งสุดท้าย เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องให้เรียบร้อยแล้วจึงดำเนินการผลิตจริงเพื่อนำไปบรรจุและจำหน่ายในลำดับต่อไป

## 2. การออกแบบด้านกราฟฟิก

การออกแบบด้านกราฟฟิก หมายถึง การสร้างสรรค์ลักษณะ ส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อความหมาย ความเข้าใจในอันที่จะให้ผลทางด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เช่น ให้ผลในการดึงดูดความสนใจในการให้มโนภาพถึงสรรพคุณ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ การกระตุ้นให้เกิดความทรงจำ บุคลิก ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิต ด้วยการใช้วิธีการออกแบบ การจัดวางรูป ตัวอักษร ถ้อยคำ โฆษณา เครื่องหมายการค้า และสัญลักษณ์ทางการค้า และอาศัยหลักศิลปะ การจัดวางองค์ประกอบให้สวยงาม การออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สามารถสร้างสรรค์ได้ทั้งลักษณะ 2 มิติ บนพื้นผิวแผ่ราบของวัสดุ ก่อนมวประกอบกันขึ้นเป็นรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ ส่วนในลักษณะ 3 มิติ ก็อาจจะทำได้ 2 กรณี คือ ทำเป็นแผ่นฉลากหรือ แผ่นป้าย นำไปติดบนบรรจุภัณฑ์ประเภท (rigid forms) ที่ขึ้นรูปเป็นภาชนะสำเร็จรูปมาแล้ว หรืออาจทำลงบนผิวภาชนะสามมิติเลยโดยตรงก็ได้ เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก เป็นต้น ซึ่งลักษณะการออกแบบกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่มักถือตามเกณฑ์ของเทคนิคการพิมพ์ในระบบต่างๆ เป็นหลัก ซึ่งก่อนเริ่มต้นออกแบบก็จำเป็นต้องศึกษาค้นคว้า ทำการสำรวจให้เข้าใจถึงปัจจัยและสภาพการผลิต การจำหน่ายว่ามีวัตถุประสงค์ตามหลัก 5W 2H คือ Why? Who? When? Where? How? How much? ดังนั้นเมื่อผู้ออกแบบจะเริ่มงานออกแบบ สิ่งสำคัญจึงอยู่ที่จะต้องนำเอาวัตถุประสงค์ต่าง ๆ มาผสมผสานให้ผลิตภัณฑ์ นั้นมีสีอันและรูปลักษณ์ที่เหมาะสม

### กระบวนการออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

1. กำหนดขอบเขตของปัญหา เป็นขั้นตอนของการตั้งเกณฑ์ และความต้องการของการออกแบบ โดยทั่วไปมักเกี่ยวกับขอบเขตของปัญหาข้อเรียกร้อง ข้อจำกัด เพื่อรวบรวมเป็นข้อมูลเพื่อการนำเสนอ เช่น การประสานความคิดกัน ระหว่างนักออกแบบผู้ขาย ผู้ผลิตร่วมปรึกษากัน กำหนดขอบเขตให้แคบเข้าเพื่อหาข้อสรุปเป็นข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมผู้บริโภค
- แนวโน้มทางการตลาด
- พื้นฐานทางเทคนิค ฯลฯ

ซึ่งผลและข้อสรุปที่ได้จะเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนการออกแบบในลำดับต่อไป

### 1.1 การเสนอแนวความคิดเบื้องต้น

เป็นการลำดับความคิดออกมาหลาย ๆ แบบด้วยการร่างภาพอย่างหยาบ ๆ โดยอาศัยข้อมูลที่สรุปได้จากข้อ 1 เพื่อให้ได้แนวคิดและ Image ที่สัมพันธ์กับโครงสร้างของผลิตภัณฑ์ออกมาหลาย ๆ แบบ อาจร่างภาพแสดงได้ทั้งรูปด้านและรูปทัศนียภาพในมุมมองต่าง ๆ โดยมีกำหนดรูปร่าง รูปทรง สี สัน การจัดวางตำแหน่งของข้อความ ภาพประกอบและอื่นๆ ไว้อย่างคร่าว ๆ เพื่อศึกษาถึงการใช้ ขนาดการแบ่งสัดส่วนบนพื้นที่ของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อการมองในแต่ละรูปแบบ อย่างไรก็ตาม

### 1.2 การพัฒนาและการแก้ไขแบบ

เป็นขั้นตอนของการพัฒนาแบบร่างมาพัฒนาเป็นรูปแบบ มีการขยายรายละเอียด ส่วนประกอบย่อยต่างให้เห็นชัด กำหนด ขนาด สัดส่วน สี สัน ตัวอักษรและภาพประกอบ มีการจัดวางตำแหน่งและแสดงรูปลักษณะ ให้ใกล้เคียง ทำแบบเหมือนจริงให้มากที่สุด เพื่อการนำเสนอให้เกิดการยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงแก้ไขให้เป็นไปตามลักษณะที่ผู้ผลิตและทีมงานต้องการ ซึ่งขั้นตอนนี้ผู้ออกแบบจะต้องมีการทดลองการออกแบบ เพื่อทดสอบผลงานมาเป็นอันดับแรก ด้วยตนเอง และทีมงานออกแบบเสียก่อนแล้วจึงนำเสนอต่อไป

2. การวิเคราะห์ผลงานออกแบบ ผลงานกราฟฟิกที่ปรากฏบนแผ่นกระดาษ อาจจะมี ความเห็นร่วมกันที่ทุกฝ่ายพึงพอใจ แต่งานออกแบบเพียง 2 มิติ ยังไม่ใช่สิ่งที่สมบูรณ์และไม่เห็น ปัญหาที่แท้จริง ดังนั้นควรทำบรรจุภัณฑ์จำลองรูปทรง 3 มิติขึ้น ขนาดเท่าของจริงที่สำเร็จออกมา ด้วย เพื่อทำการวิเคราะห์ถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้น เป็นขั้นตอนสุดท้ายก่อนนำไปสร้างแบบจริง เช่น การทดสอบการจัดวาง การตั้ง การมองในทิศทางต่าง ๆ ความชัดเจนในการอ่านตามสภาพของแสง สีระดับต่างๆ การเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่ง การทดสอบความคิดเห็น ความรู้สึกที่มีต่อแบบ ผลิตภัณฑ์

3. การสร้างต้นแบบเพื่อการพิมพ์ เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้ออกแบบ ต้องจัดเตรียมต้นฉบับที่สมบูรณ์ด้วยการเขียนแบบและจัดวางองค์ประกอบ รายละเอียดต่าง ๆ ตลอดจนคำสั่งที่ใช้สื่อสาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กับช่างเทคนิคการพิมพ์ เป็นต้นฉบับที่สมบูรณ์ สามารถนำไปถ่ายแยกสี ทำเพลทแม่พิมพ์ที่สวยงามคมชัด

4. การผลิต ในขั้นตอนการผลิตจริงนี้ ส่วนใหญ่เป็นหน้าที่รับผิดชอบของฝ่ายโรงพิมพ์ที่ต้องผลิตให้ตรงตามแบบที่กำหนด โดยทั่วไปแล้ว ฝ่ายโรงพิมพ์ที่ผลิตออกมาจำนวนหนึ่งก่อน เพื่อให้ผู้ออกแบบได้ตรวจสอบครั้งสุดท้ายก่อนการผลิตจริงจำนวนมาก ๆ ให้ได้มาตรฐานตรงตามความต้องการ การแก้ไขเพลทแม่พิมพ์ใหม่จะเป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิตสูงขึ้นและยังหมายถึงการขาดประสิทธิภาพในกระบวนการออกแบบอีกด้วย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### บทที่ 3

#### ข้อมูลสุนัข

##### ประเภทของสุนัข

ในโลกนี้มีสุนัขนับร้อยชนิด ทั้งที่เป็นพันธุ์ดั้งเดิมตามธรรมชาติและพันธุ์ที่มนุษย์คัดเลือก และผสมขึ้นมาเพื่อวัตถุประสงค์ของประโยชน์การใช้งาน โดยเฉพาะ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ให้ผู้ที่สนใจได้ศึกษาประกอบการพิจารณาลักษณะ รูปร่าง อุปนิสัย ความเป็นอยู่ ความสามารถเฉพาะตัวของสุนัข ที่เหมาะสมกับความต้องการ เพื่อที่เขาจะได้เป็นหนึ่งในสมาชิกของครอบครัว เป็นเพื่อนที่ดี และเพื่อนที่ซื่อสัตย์ตลอดไป

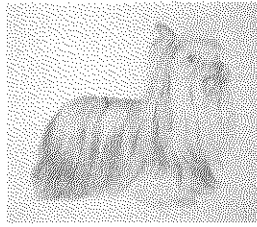
เบื้องต้นผู้เลี้ยงจะต้องศึกษาดูก่อนว่า สุนัขที่เราจะเลี้ยงมีนิสัยและความเป็นอยู่อย่างไร และเราต้องการเลี้ยงมันไว้เพื่ออะไร จะเลี้ยงไว้แค่เป็นเพื่อนเล่น หรือเลี้ยงเฝ้าบ้าน เฝ้าสวน จากนั้นจึงเลี้ยงดูระวังรักษาและฝึกฝนไปตามที่ควรกระทำ หากไม่แล้วเราก็จะได้สุนัขที่มีคุณสมบัติดีไปจาก ความประสงค์ และสุนัขเองก็ไม่สามารถที่จะวางตัวให้เป็นที่ถูกใจเราได้เช่นกัน

##### กลุ่มสุนัข

สุนัขสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มต่างๆ ได้ตามความสามารถเป็นลักษณะประจำพันธุ์ของสุนัขแต่ละชนิดค่อนข้างชัดเจน ซึ่งอาจแตกต่างกันบ้างในแต่ละประเภท เช่น การแบ่งสุนัขแบบประเทศอังกฤษมี 6 กลุ่มคือ ทอยด็อก หรือสุนัขขนาดเล็ก ฮาวนด์ด็อก หรือสุนัขล่าเนื้อ เทอร์เรียร์ สุนัขใช้งาน กันด็อก และสุนัขสารพัดประโยชน์

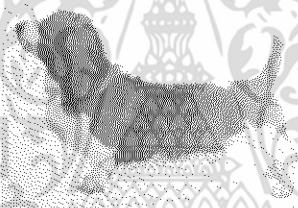
แต่ถ้าเป็นในสหรัฐอเมริกา จะแบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ ทอยด็อก ฮาวนด์ด็อก สุนัขใช้งาน สุนัขที่ใช้ในเกมส์กีฬา หรือสปอร์ตด็อก และสุนัขที่ไม่ใช้ในเกมส์กีฬา เหล่านี้เป็นต้น

1. สุนัขขนาดเล็กหรือสุนัขตุ๊กตา (Toy dogs) เช่น พันธุ์จิ๋ววา วา มินิเจอร์พินเชอร์ ปักกิ่ง ปอมเมอเรเนียนและสุนัขขนาดเล็กทั้งหลาย สุนัขพวกนี้จะมีลักษณะเด่นด้านความเป็นมิตรเหมาะสำหรับครอบครัวที่ต้องการเลี้ยงสัตว์ที่น่ารัก วุ่นนอนง่าย และเป็นเพื่อนที่ดีของเด็ก



ภาพที่ 1 สุนัขพันธุ์ชอร์ตแฮร์รี่ เทอร์เรีย

2. สุนัขล่าเนื้อ (Hound dogs) แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ล่าโดยใช้สายตา และล่าโดยใช้การดมกลิ่น สุนัขที่ล่าโดยใช้สายตาอันยอดเยี่ยมจะมีฝีเท้าเร็วมากเช่น เกรย์ฮาวนด์คอปกันฮาวนด์ เป็นต้น ส่วนสุนัขที่มีประสาทการดมกลิ่นไวเป็นพิเศษ เช่น บาสเซ็ทฮาวนด์ คัชชุนบลัดฮาวนด์ เป็นต้น สุนัขประเภทนี้ไม่เหมาะที่จะเลี้ยงในบ้านหรืออยู่ในตัวเมือง นอกจากเจ้าของจะเป็นคนที่ชอบออกกำลังกาย และต้องระมัดระวังไม่ให้สุนัขขุดคุ้ยบริเวณสวนในบ้านด้วยความอยากรู้อยากเห็น และนอกจากนี้ ยังเป็นสุนัขที่ไม่ค่อยเชื่อฟังคำสั่งได้ง่ายๆ



ภาพที่ 2 สุนัขพันธุ์คัชชุนขนสั้น

3. สุนัขใช้งาน (Working dogs) สุนัขพวกนี้จะ ใช้งานสำหรับฝูงสัตว์ หรือเป็นสุนัขระวางภัย มีบางพันธุ์ถูกนำไปใช้เป็นสุนัขนำทางและช่วยชีวิต โดยมากมีนิสัยเชื่อฟังคำสั่งได้ดี เช่น บ็อกเซอร์ เยอรมันเชพเพิร์ด โดเบอร์แมน และร็อตไวเลอร์ เป็นต้น



ภาพที่ 3 สุนัขพันธุ์บ็อกเซอร์

4. สุนัขเทอร์เรีย (Terriers dogs) เทอร์เรียเป็นสุนัขที่อยู่ไม่สุข มีความกระตือรือร้นอยู่ตลอดเวลา ชอบที่จะวิ่งเล่นในสนามและวิ่งไล่สัตว์เล็กๆ ตื่นตัวต่อคนแปลกหน้า ทำให้กัดได้โดยไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีการเท่าเทียมกัน สุนัขในกลุ่มนี้จึงเป็นทั้งเพื่อนที่ดีและเป็นการ์ดป้องกันเจ้าของได้ด้วย เทอร์เรียร์สามารถปรับตัวเข้ากับการใช้ชีวิตในเมืองได้อย่างสบาย และมีความสุขโดยไม่ต้องการการออกกำลังการมาก แต่โดยอุปนิสัย ทำให้ไม่เหมาะที่จะเลี้ยงโดยผู้สูงอายุซึ่งต้องการความสงบ นอกจากนี้สุนัขเทอร์เรียร์ตัวผู้ยังมีความก้าวร้าว ชอบที่จะกระโดดใส่สุนัขตัวอื่น จึงอยากที่จะควบคุม ไม่เหมือนกับสุนัขขนาดเล็กพันธุ์อื่น

5. สุนัขที่ใช้ในเกมสกีฬา (Sporting dogs) หรือที่ในอังกฤษเรียกว่า กันด็อก (Gun dogs) เป็นสุนัขที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อการล่าสัตว์ นำทาง ไกล่ฝูงนก หรือใช้ในเกมส์กีฬาต่างๆ และยัง สามารถเป็นการ์ด เนื่องจากมีสัญชาตญาณระวังภัยต่อคนแปลกหน้าได้ด้วย สุนัขในกลุ่มนี้ ได้แก่ ทรูเวลเช็ทเตอร์ พอยเตอร์ และสแปเนียล

6. สุนัขสารพัดประโยชน์ (Utility dogs) หรือ Non sporting dogs ตามแบบสหรัฐอเมริกา เป็นสุนัขที่ไม่สามารถจัดเข้ากับกลุ่มใดได้ หรือสามารถใช้ได้สารพัดประโยชน์ เช่น คัลเมเชียน ซึ่งในครั้งแรกใช้สำหรับการล่าสัตว์ในกลุ่มประเทศเมดิเตอร์เรเนียน ต่อมาในอังกฤษและฝรั่งเศสได้นำมาใช้บรรทุกของ สุนัขในกลุ่มนี้ใช้ติดตามมาได้ดี แต่บางครั้งก็ถูกจัดอยู่ในพวกสุนัขที่ใช้ฝึกตามคำสั่ง



ภาพที่ 4 สุนัขพันธุ์คัลเมเชียน

7. การ์ด ค็อก (Guard dogs) สุนัขพวกนี้ได้ถูกคัดเลือกมาจากสุนัขพันธุ์ต่างๆ ซึ่งมีความสามารถที่จะเข้าใจหน้าที่ที่จะรับผิดชอบในการป้องกันภัยให้เจ้าของ และพร้อมที่จะโจมตีเมื่อได้รับคำสั่ง เช่น พันธุ์โดเบอร์แมนพินเชอร์ เยอรมันเชพเพิร์ด ร็อตไวเลอร์ ซึ่งได้รับคำชมว่าเป็นสุนัขที่มีความเฉลียวฉลาดแต่ก็จำเป็นที่จะต้องได้รับการฝึกฝนที่ลึกก่อน เพื่อที่จะได้เป็นสุนัขซึ่งมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประสิทธิภาพและสามารถบังคับควบคุมได้ สุนัขเหล่านี้มีความตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา และจะคอยปกป้องเจ้าของและทรัพย์สินอย่างดีเยี่ยม โดยไม่ละเว้นคนแปลกหน้า หรือแม้กระทั่งแขกที่มาเยี่ยมบ้าน ดังนั้นก็จำเป็นที่จะต้องระมัดระวังอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นจากการทำหน้าที่ของสุนัขในทางที่ผิด และถ้าสุนัขพวกนี้เกิดรู้สึกเบื่อหน่ายขึ้นมา มันก็อาจจะไม่เชื่อฟังเจ้าของเท่าที่ควร ซึ่งก่อให้เกิดอันตรายขึ้นได้



ภาพที่ 5 สุนัขพันธุ์ร็อตไวเลอร์

#### ข้อควรปฏิบัติเมื่อนำสุนัขใหม่มาเลี้ยง

เมื่อนำสุนัขใหม่เข้ามาเลี้ยง ควรปล่อยให้สุนัขทำความคุ้นเคยกับสถานที่ใหม่ก่อน สุนัขใหม่มักจะวิ่งดมกลิ่นเพื่อทำความคุ้นเคยไปรอบๆ บางตัวจะตื่นเต้นกับสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ ทำให้ปวดหูจามและไอสภาวะ จึงควรฝึกหัดให้ถ่ายเป็นที่ตั้งแต่แรกๆ โดยจัดหาบริเวณที่ต้องการให้สุนัขถ่ายหูจามและไอสภาวะ ซึ่งอาจจะเป็นห้องส้วมหรือสวนใดส่วนหนึ่งของบ้านที่เห็นเหมาะสม เมื่อสุนัขกินอาหารเสร็จแล้ว ก็นำไปไปยังที่ที่จะให้ถ่ายเสมอๆ

สุนัขที่เข้ามาใหม่ในวันแรกๆ อาจจะไม่ค่อยกินอาหาร แต่จะกินน้ำ จึงควรมีน้ำใส่ภาชนะวางไว้ให้กิน อาหารที่ให้ควรมีลักษณะไม่ต่างจากที่เคยกินเมื่ออยู่กับเจ้าของเดิม จึงควรสอบถามเจ้าของเดิมว่าเคยเลี้ยงด้วยอะไร จำนวนที่เคยกิน และบ่อยครั้งแค่ไหน ถ้าจะเปลี่ยนอาหารต้องค่อยๆ เปลี่ยน การเปลี่ยนอาหารทันทีทันใดจะมีผลทำให้สุนัขท้องเสียได้ ปริมาณการให้อาหารควรให้ครั้งละน้อยๆ รอจนกินหมดแล้วจึงเติมให้ใหม่

ในวันแรกๆ นั้น สุนัขยังแปลกสถานที่ จึงควรได้รับการเอาใจใส่เลี้ยงดูอย่างอบอุ่นจากเจ้าของอย่าดุหรือทำเสียงดังกับสุนัข ควรฝึกหัดให้สุนัขนอนหรืออาศัยในกรงได้ตลอดเวลาที่เจ้าของต้องการ บางครั้งเมื่อเจ้าของไม่ต้องการให้สุนัขออกมาพ่นพ่านก็สามารถจับสุนัขขังกรงไว้ได้ชั่วคราว โดยสุนัขจะไม่จัดฟันหรือเห่าหอนให้เห็นที่รำคาญใจ กรงที่ให้สุนัขนอนควรเป็นกรงที่มี

ความแข็งแรง ขนาดกว้างพอเหมาะ มีมุ้งลวดกันยุง มีหลังคาบังแดดบังฝน สะดวกในการทำ ความสะอาด

ถ้านำสุนัขเล็กๆ เข้ามาในบ้าน ในวันแรกๆ อาจเกิดปัญหาให้รำคาญบ้าง เพราะลูกสุนัขจะ ร้องคิดถึงแม่และพี่น้องที่เคยเล่นด้วยกันมา และเมื่อหิวก็จะร้อง ซึ่งแก้ไขได้โดยนำเอาเศษผ้าหรือ สิ่งของที่เคยปูรองนอนจากที่เดิมมารองให้นอน เพราะลูกสุนัขจะจำกลิ่นได้และเข้าใจว่ายังอยู่ที่เดิม และควรเลี้ยงลูกสุนัข 2 ตัว เพื่อเป็นเพื่อนกัน เพราะถ้าอยู่ตัวเดียว มันจะเหงา เจ้าของควรปล่อยให้มัน บ้างเพื่อช่วยให้มันคุ้นกับที่อยู่ใหม่เร็วขึ้น แต่ไม่ต้องถึงกับเอามันไปนอนด้วย

### การเลี้ยงดูสุนัข

สุนัขก็เช่นเดียวกับสัตว์ชนิดอื่น ที่ต้องการการดูแลรักษาสุขภาพให้สมบูรณ์แข็งแรง ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ ได้กินอาหารอย่างถูกต้อง อยู่ในที่ที่เป็นทาง มีกรงเป็นสัดส่วน ดูแลพา ไปรับการฉีดวัคซีนตามกำหนด ให้ความรักความเอ็นดู เป็นห่วงเป็นใย เจ็บไข้พาไปรักษา เมื่อเรา ให้ความเอาใจใส่ ก็จะทำให้สุขภาพการเจริญเติบโตของสุนัขดียิ่งขึ้น การเลี้ยงดูสุนัข ไม่ว่าจะเป็น พันธุ์ใดก็ตามไม่แตกต่างกัน ซึ่งมีดังนี้

- ที่อยู่ที่นอน สุนัขควรมีที่หลับที่นอนเป็นที่ที่เป็นทางและเป็นสัดส่วน อาจใช้ผ้าเก่าๆ หรือ เศษผ้านุ่มๆ หลายชั้น ทำเป็นที่นอนขนาดเล็กใหญ่แล้วแต่ความเหมาะสม ส่วนการจะเลี้ยงสุนัขไว้ ในบ้านหรือไม่ คงแล้วแต่ความพร้อมของสมาชิกในครอบครัว ซึ่งส่วนใหญ่หากมันยังเล็กอยู่ ก็นิยม เลี้ยงไว้ในบ้านเพื่อที่จะได้คอยดูแลมัน และทำให้มันสนิทสนมกับคนในบ้าน ได้ง่ายขึ้นด้วย แต่ต้อง คอยดูแลเรื่องการขับถ่ายให้เป็นที่ที่เป็นทาง จัดที่นอนสำหรับสุนัขไว้ในถังไม้ หรือตะกร้า ตั้งไว้มุม ห้องเงียบๆ สักมุมหนึ่งก็ใช้ได้แล้ว

หากมีอาณาบริเวณบ้านกว้างมากพอ ก็ควรเลี้ยงไว้ในนอกบ้าน โดยสร้างกรงที่มีความ แข็งแกร่ง กว้างขวางตามขนาดของสุนัข ควรมีมุ้งลวดกันยุง มีหลังคาบังแดดกันฝน และมีฝักันลม ในทิศทางที่ถูกต้อง บริเวณที่ตั้งควรเลือกเอาที่ร่ม มีอากาศถ่ายเทได้ดี ไม่อับชื้น เวลากลางวันต้องมี แสงแดดส่องถึงเข้าไปได้บ้างเพื่อฆ่าเชื้อโรค และทำให้กรงแห้ง พื้นกรงควรจะสะดวกในการทำ ความสะอาด และไม่เป็นที่หมักหมมของสิ่งปฏิกูลต่างๆ มีที่ระบายของเสียได้สะดวก

- การตัดหาง สุนัขบางพันธุ์นิยมตัดหาง ให้เหลือความยาวตามลักษณะนิยมในพันธุ์นั้นๆ ซึ่งก็ควรจะต้องตัดตั้งแต่อายุยังน้อย เพราะเลือดจะได้ออกไม่มาก สุนัขไม่เจ็บปวด แผลหายเร็วและทำ ได้ง่ายโดยไม่ต้องวางยาสลบ ฉะนั้นการเลี้ยงสุนัขพันธุ์ที่ต้องตัดหางหลังคลอดแล้วก็ควรจะรีบนำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลูกสุนัขไปตัดหางภายใน หนึ่งอาทิตย์

หากตัดเองก็ต้องทำในระยะไม่เกิน 7 วันหลังคลอด โดยการขลิบขนบริเวณหางที่จะทำการตัดออกให้ถึงผิวหนัง แล้วทำความสะอาดด้วยการใช้แอลกอฮอล์ หรือทิงเจอร์ไอโอดีนทาให้ทั่ว ต่อจากนั้นก็รัดผิวหนังขึ้นมาทางโคนหางแล้วใช้เชือก หรือยางรัดไว้ให้แน่น ตรงข้อที่ 2 ของกระดูกโคนหาง ใช้กรรไกรที่ฆ่าเชื้อแล้วตัดระหว่างข้อของกระดูกหางที่จะตัด แล้วแถมด้วยทิงเจอร์ไอโอดีน ทิ้งไว้ 4-5 ชั่วโมงจึงค่อยเอาเชือกหรือยางรัดออก ปล่อยให้แผลให้หาย โดยมากผิวหนังของหางที่รัดขึ้นไปก็จะหลุดลงเอง หรือจะเย็บปิดก็ได้ถ้าต้องการ

- การตัดหู สุนัขบางพันธุ์นิยมตัดหู เช่น บ็อกเซอร์ โคเบอร์แมน มินิเจอร์ ฟินเชอร์ ละเกรทเคน ซึ่งก็ควรทำการตัดหู เมื่อยังคงเป็นลูกสุนัขที่อายุระหว่าง 12-14 สัปดาห์ เพราะขนาดโตพอที่จะทำการผ่าตัดได้ง่าย ทนต่อการวางยาสลบ หลังจากผ่าตัดแล้วหมอมจะต้องตามหูไว้จนกว่าหูจะตั้งตรงตามความต้องการ ซึ่งก็กินเวลาประมาณ 3-4 สัปดาห์ ซึ่งระหว่างนี้เจ้าของจะต้องคอยดูแลอย่าให้สุนัขเกาแผลจนใหม่ที่ย็บหลุด หรือแผลสกปรก เพราะจะทำให้รูปทรงของหูไม่เป็นไปตามต้องการ

- การอาบน้ำ ความสะอาดของร่างกายสุนัขย่อมนำมาซึ่งสุขภาพที่แข็งแรง จิตใจเบิกบาน นำอุ้มนำเล่น และนำเลี้ยง แต่เนื่องจากสุนัขแพ้ต่อการเป็นโรคเกี่ยวกับระบบทางเดินหายใจ โดยเฉพาะโรคปอดบวมจะเป็นได้ง่าย และการอาบน้ำบ่อย จะล้างเอาไขมันที่เคลือบเส้นขนและผิวหนังออก ทำให้ผิวหนังแห้งและขนแห้ง เกิดอาการคัน สุนัขจะกัด หรือเกา ทำให้เกิดแผล ปัญหาจึงเกิดขึ้นว่า ควรจะ อาบน้ำให้แก่สุนัขอย่างไร บ่อยแค่ไหน ซึ่งก็ควรเป็นดังนี้

ลูกสุนัขไม่ควรอาบน้ำถ้าไม่จำเป็นจริงๆ อาจใช้ผ้าชุบน้ำอุ่นบิดให้แห้ง เช็ดความสกปรก หรือใช้แปรงและหวีขนบ่อยๆ ก็จะรักษาความสะอาดได้ดี โดยไม่ต้องอาบน้ำ หรือจะอาบน้ำก็ต่อเมื่อรู้สึกว่ลูกสุนัขมีกลิ่นเหม็นเท่านั้น ปกติควรเริ่มอาบน้ำตั้งแต่อายุ 3 เดือนขึ้นไป แต่ถ้าหากได้ลูกสุนัขมาจากที่อื่นก็ควรพิจารณาจากสภาพว่าสกปรกแค่ไหน สุขภาพแข็งแรงหรือไม่เห็บหมัด มากน้อยเพียงใด หากอยู่ในเกณฑ์ที่สกปรกก็ควรบริหารจัดการอาบน้ำเสีย เพื่อป้องกันการระบาดของเห็บหมัด และการรักษาโรคผิวหนัง พร้อมๆ กับเป็นการทำความสะอาดสุนัขตัวนั้นๆ ไปในตัว

สำหรับสุนัขที่โตแล้วสามารถอาบน้ำได้ทุกๆ 1-2 อาทิตย์ หรือเมื่อเห็นว่าสุนัขตัวนั้นเนื้อตัวสกปรก การอาบน้ำควรอาบน้ำในเวลากลางวันที่มีแดดออกและไม่หนาว แต่ไม่ใช่กลางแจ้งแดดจัด ควรเป็นแดดอ่อนๆพอสมควร สามารถผึ่งตัวให้แห้งได้หลังจากอาบน้ำเสร็จ สบู่หรือแชมพูที่ใช้อาบน้ำ ควรเลือกที่เหมาะสมสำหรับสุนัขโดยเฉพาะ ไม่ควรใช้สบู่กรด สบู่ล้างจาน ผงซักฟอก เพราะสิ่งเหล่านี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะทำให้เกิดการระคายเคือง หรืออักเสบที่ผิวหนัง ระวังสบู่เข้าตาและน้ำเข้าหูสุนัข อาจใช้สาลีอุดรูหู ทั้งสองข้าง พร้อมกับใช้มีดโกนใบหูให้หุบลงเพื่อปิดรูหูป้องกันน้ำเข้า การอาบน้ำควรจระรดน้ำให้เปียกทั่วตัวสุนัขก่อน แล้วจึงถูสบู่หรือแชมพูให้ทั่วตัว สบู่บางชนิดมีคำแนะนำทิ้งไว้นานเท่าใดที่จะสามารถฆ่าเชื้อโรคได้ก็ให้ปฏิบัติตามนั้น จากนั้นก็ต้องล้างสบู่ออกให้หมดทั้งตัว แล้วเอาสำลีที่อุดหูออก หลังอาบน้ำแล้วต้องเช็ดตัวให้แห้งพร้อมกับแปรงขนทุกครั้งเพื่อป้องกันขนพันกัน

โดยเฉพาะอย่างยิ่งสุนัขพันธุ์ขนยาวทั้งหลาย เช่น พูเดิ้ล เทอร์เรีย หรือแม้แต่กับสุนัขขนสั้น ก็ต้องแปรงด้วยเช่นกัน การเช็ดตัวให้แห้งเป็นการป้องกันการอับชื้น ซึ่งเป็นบ่อเกิดของเชื้อราโรคปอดบวมได้

- การแปรงขน สุนัขต้องได้รับการแปรงขนอยู่เสมอ ไม่ว่าจะมิชชันหรือยาว อย่างน้อยที่สุดวันละครั้ง เพื่อให้ผิวหนังสดชื่นอยู่เสมอ นอกจากนั้นการแปรงขนยังช่วยให้ผิวหนังและขนสะอาดเป็นเงางาม เพราะเป็นการนวดให้ต่อมไขมันที่โคนขนน้ำมันออกมาเคลือบเส้นขนได้มากขึ้น ทำให้ผิวหนังมีสุขภาพสมบูรณ์และยังเป็นการกำจัดรังแคและสิ่งสกปรกอื่นออกจากผิวหนังด้วย

สุนัขประเภทขนยาวทั้งหลาย จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการแปรงขนอย่างน้อยวันละครั้ง เพื่อป้องกันการพันติดและเกาะกันเป็นก้อน สิ่งเหล่านี้เป็นบ่อเกิดของโรคผิวหนัง เพราะเป็นแหล่งหมักหมมเชื้อโรคต่างๆ มากมาย ส่วนสุนัขขนสั้นก็เชื่อว่าจะไม่จำเป็นต้องดูแลแปรงขน เพียงแค่น้อยกว่าพวกขนยาว อาจแปรงขนอาทิตย์ละครั้งก็พอถ้าไม่มี ความสกปรกมาก

โดยทั่วไปแปรงที่ใช้แปรงสุนัขขนยาวควรเป็นแปรงซี่หยาบที่ช่องห่างระหว่างซี่กว้าง เพื่อแปรงขนได้สะดวก การแปรงจะต้องแปรงเฉพาะขนอย่าให้ถูกผิวหนัง เพราะจะทำให้สุนัขเจ็บ แปรงตามเส้นขนลงไปเสมอ ไม่ใช่แปรงทวนเส้นขนขึ้นมา แปรงเบาๆ ซ้ำๆ อย่าดึงรุนแรงเวลาขนติด สำหรับสุนัขขนสั้นควรใช้แปรงซี่ละเอียด ถ้าต้องการให้ขนเป็นเงามันก็ใช้ผ้าอ่อนๆ เช่น ผ้าไหมหรือผ้าต่วน เช็ดหลังจากแปรงแล้ว จะแลดูสวยงาม

- การดูแลหู หูเป็นคุณสมบัติประจำกายชั้นเยี่ยมของสุนัขที่ต้องเอาใจใส่ให้ดี สุนัขที่มีหูปกติดต้องมีสีชมพูเรื่อๆ สะอาด ไม่มีเห็บหรือหมัด ไม่เป็นแผลหนอง สุนัขขนยาวบางพันธุ์รวมทั้งพวกพูเดิ้ลมักมีขนขึ้นที่บริเวณช่องหู ขนเหล่านี้จะเป็นตัวเพาะเชื้อ และหมักหมมสิ่งสกปรกทั้งหลายได้อย่างดี พวกหูย่นก็เก็บสิ่งสกปรกต่างๆ มากมาย ได้ง่าย จึงต้องหมั่นดูแลเอาใจใส่เช็ดถูสิ่งสกปรกในช่องหูออกให้หมด ส่วนพวกหูตั้ง พวกนี้รักษาง่าย เพราะช่องหูสามารถถ่ายเทอากาศกับภายนอกได้โดยธรรมชาติ ฉะนั้นสิ่งสกปรกต่างๆ จึงไม่สามารถหมักหมมจนเกิดโรคได้มากนัก ถ้าหูสุนัขสกปรกมาก ก็ควรใช้สำลีหรือผ้านุ่มๆ เช็ดบริเวณใบหู และรูหูส่วนนอกๆ ได้เป็นประจำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางที่ดีควรทำหลังอาบน้ำ เพราะสามารถตรวจสอบได้ว่ามีน้ำหลงเหลืออยู่ในหูหรือไม่ได้ ถ้ามีจะได้เช็ดออกให้แห้ง เป็นการป้องกันโรคหูอักเสบได้ด้วย แต่อย่าพยายามทำความสะอาดลึกเข้าไปในช่องหูเด็ดขาด บริเวณอ่อนไหวดังกล่าวควรปล่อยให้แห้งเป็นหน้าที่ของสัตว์แพทย์

- การดูแลตา ตาของสุนัขที่มีสุขภาพดีจะมีแวตาเข้มใสไม่ขุ่นมัวหรือมีสีแดง หรือมีขี้ตา รวมทั้งน้ำตาเป็นคราบอยู่เสมอก็แสดงว่ามีอะไรผิดปกติที่ตาถ้าเป็นโรคตาอักเสบธรรมดาเพราะผงเข้าตา ก็ควรใช้น้ำยาล้างตา 4-5 หยด ใส่เพื่อให้น้ำยาล้างตาชะเอาสิ่งสกปรกออกก่อน แล้วใช้ผ้าที่สะอาดเช็ดเบาๆ รอบๆ ขอบตาออกได้ ถ้าเป็นมากกว่านี้ควรนำไปพบสัตวแพทย์

สุนัขบางพันธุ์ เช่น พวกพุดี้ล มักมีรอยดำสีน้ำตาลที่ขนใต้ตาเสมอ ที่เป็นเช่นนี้เพราะบริเวณนั้นมักเปียกและเนื่องจากหยาดน้ำตาสุนัข คราบน้ำตาที่ติดแน่นนี้จะติดตั้งแต่หัวตาลงมา การกำจัดรอยดำที่ได้ขนตาทำได้โดยการหมั่นเช็ดดูให้บ่อยครั้งทุกๆ วัน เพื่อให้ขนที่ติดคราบน้ำตาค่อยๆ หลุดร่วงหมดไป

สุนัขที่ตาและบางตัว อาจเป็นเพราะขนตาขึ้นผิดปกติ แขนงเข้าไปในลูกตา การรักษาอาการนี้ควรเป็นหน้าที่ของสัตวแพทย์

- การดูแลฟัน โดยปกติแล้วสุนัขฟันผู้ได้ยากมาก แต่ที่เห็นบ่อยคือ เหงือกอักเสบ เกิดจากฟันสุนัขไม่สะอาด ขี้ฟันที่หมักหมมจนจับเป็นคราบสีเหลืองเกาะติดอยู่ที่ผิวฟันก็คือหินปูนนั่นเอง บางที่หินปูนมีมากและลูกกลมไปถึงเหงือก ทำให้เหงือกอักเสบ มีกลิ่นปาก จนกระทั่งฟันหลุดไปในที่สุด

วิธีป้องกันการจับตัวของหินปูน ควรให้สุนัขได้กินอาหารสำเร็จรูปที่เป็นเม็ดแห้ง หรือให้แทะกระดูกเสียบ้างเพื่อขัดฟัน แต่ถ้าจะให้ดีจริงๆ ควรไปให้สัตวแพทย์ตรวจฟันทุกปี สุนัขบางพันธุ์มีการจัดเรียงตัวของฟันที่แย่มาก มีเหงือกเป็นหนองและฟันหลุดเสมอการให้แทะกระดูกไม่อาจช่วยได้เลย พวกนี้ต้องตรวจฟัน และทำความสะอาดฟันบ่อยๆ โดยไปพบสัตวแพทย์

- การดูแลเล็บ เล็บสุนัขจะงอกจกลงดินมันจะสึกไปโดยธรรมชาติเพราะการเสียดสีกับพื้น แต่ถ้าเป็นสุนัขที่เลี้ยงบนพื้นไม้ หรือพื้นซีเมนต์ มักจะประสบปัญหาเล็บไม่สึก เล็บยาวเร็วกว่า

ปกติทำให้เดินไม่สะดวก และเมื่อถึงไวนานๆ จะทำให้นิ้วคดหรือแยกห่างออกจากกัน บางทีก็ถอนหรือฉีกแตกออกเป็นหนอง จะทำให้สุนัขเจ็บปวดมากเวลาเดิน ฉะนั้นจึงต้องหมั่นตรวจดูแลและตัดเล็บให้สั้นอยู่เสมอ

การตัดเล็บควรใช้กรรไกรสำหรับตัดเล็บโดยเฉพาะ เพราะจะทำให้ง่ายและปลอดภัย ใ้รอยตัดที่กลมโค้ง การตัดควรตัดที่ปลายเพียงเล็กน้อย ระวังอย่าตัดให้ถูกปลายประสาทที่ขมพู่ใน เล็บได้ สุนัขที่มีเล็บดำไม่สามารถมองเห็นปลายประสาทส่วนนี้ได้ ฉะนั้นการตัดเล็บจึงทำได้แค่ ขลิบปลายเพียงเล็กน้อย หรือตัดตรงตำแหน่งต่ำจากระดับที่มีเลือดมาเลี้ยงสัก 3 มิลลิเมตร การตัด เล็บควรทำทุกเดือน โดยทำหลังอาบน้ำ เพราะเล็บที่เปียกน้ำจะอ่อนตัดง่ายกว่าธรรมดา

- การป้องกันโรค ผู้เลี้ยงควรต้องมีเวลาให้กับสุนัข เพื่อทำความคุ้นเคยและศึกษาสุนัขแต่ละตัว ต้องคอยเอาใจใส่สังเกตความเป็นอยู่ การกินอาหาร การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ นอกจากนี้ควร จะต้องมีความรู้ พื้นฐานเกี่ยวกับสุนัข โรคต่างๆ เมื่อสุนัขเกิดอาการเจ็บป่วยจะได้นำไปรักษาได้ ทันที โรคที่เกิดกับสุนัขมีหลายชนิดและมักเกิดการระบาดอยู่เสมอทุกปี หลายโรคอาจร้ายแรงทำให้ สุนัขพิการหรือเสียชีวิต ทั้งอาจติดต่อถึงคนภายในบ้านด้วย การหมั่นเอาใจใส่ในตัวสุนัขและดูแล สุขภาพทั่วไปของสุนัขจึงนับเป็นการป้องกันโรคเบื้องต้นที่ดีที่สุด อาการของสุนัขที่เริ่มป่วยสังเกต ได้จาก อาการเซื่องซึม ,ไม่ร่าเริงแจ่มใส, ไม่กินอาหารหรือกินอาหารน้อยลง, อาเจียน, มีอาการ ท้องร่วง, ท้องผูก, ผอมลง, ขนหยาบกระด้าง, ผิวหนังเป็นผื่นแดง, ตาแฉะ, จมูกแห้งหรือมีน้ำมูก หากสุนัขมีอาการดังกล่าว ควรทำการรักษาหรือนำสุนัขไปหาสัตวแพทย์

โรคสุนัขหลายโรคสามารถป้องกันได้โดยการฉีดวัคซีนตามกำหนดเวลาที่เหมาะสม หลัง การฉีดวัคซีนควรคอยนำภายใน 1 สัปดาห์ เพราะสุนัขอาจมีไข้เล็กน้อยจากปฏิกิริยาต่อวัคซีน ดูแลให้สุนัขกินยาตามเวลาที่สัตวแพทย์กำหนด รวมทั้งควรแยกสุนัขตัวที่ป่วยออกจากตัวปกติ สิ่ง ที่ช่วยให้สุนัขรอดพ้นจากโรคภัยไข้เจ็บได้อีกประการหนึ่งคือ การรักษาความสะอาด ทั้งของสุนัข และสภาพแวดล้อมที่อยู่อาศัย กำจัดเห็บ หมัด บุง หนู หรือทำลายแหล่งเพาะพันธุ์ของสัตว์ที่เป็น พาหะเหล่านี้

#### กำหนดการปฏิบัติเพื่อป้องกันโรคของสุนัข

3 สัปดาห์ ตรวจอุจจาระและถ่ายพยาธิ

2 เดือน ฉีดวัคซีนป้องกันโรคไข้หัดสุนัข โรคพาร์โวไวรัส เลปโตสไปโรซิส ตับอักเสบติดต่อ

3 เดือน ฉีดวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า และถ่ายพยาธิ

4 เดือน ฉีดซ้ำเช่นเดียวกับเมื่ออายุ 2 เดือน

6 เดือน ตรวจเลือดเพื่อหาโรคพยาธิหนอนหัวใจและตรวจซ้ำทุก 6 เดือน

ทุกปี พบสัตวแพทย์เพื่อนตรวจสอบสุขภาพทั่วไป ตรวจอุจจาระและถ่ายพยาธิทุก 6 เดือน และฉีดวัคซีน ซ้ำทุกอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การเคี้ยว ฟันของลูกสุนัขจะงอกในช่วงอายุระหว่าง 3 ถึง 6 เดือน ในช่วงนี้ควรจะให้ อะไรเขาเพื่อขบเคี้ยว เพื่อช่วยในการงอกของฟัน ลูกสุนัขจะกัดสิ่งของโดยไม่เลือก เขาไม่รู้นั่นที่ ดีที่สุดของคุณ หรือมันคือขาโต๊ะที่เป็นวัตถุโบราณเพื่อหลีกเลี่ยงความเสียหายที่จะเกิดจากลูกสุนัข ขอนแนะนำให้หาของขบเคี้ยวที่ไม่แตกหักหรือเป็นภัยกับสุนัขเพื่อจะขบเคี้ยวเล่น เช่น ลูกบอลยางที่ โดและแข็งพอที่เขาจะกลืนไม่ได้ หรืออาจจะเป็นกระดูกเทียม คุณอาจจะให้รองเท้าเก่าๆ หรือวัสดุที่มีรูปร่างคล้ายรองเท้าเหมือนกับคนทั่วไปทำกัน เพราะสุนัขคิดว่าจะเป็นรองเท้าอะไรก็ได้ทั้งนั้นเพื่อ ความสนุกสนาน อย่าให้กระดูกจริงทั้งสุกและดิบเพราะกระดูกอาจจะแตก ทำให้เกิดบาดแผลใน ปากหรือติดคอในขณะที่เขากินเศษกระดูกเข้าไป

หาทางทำให้กระดูกเทียมและลูกบอลเป็นที่ดึงดูดสำหรับลูกสุนัข โดยที่คุณนำสิ่งเหล่านั้น มาเล่นเกมสลับกับเขา เมื่อไหร่ก็ตามหากลูกสุนัขเขาเริ่มจะกัดแทะสิ่งของที่ต้องห้ามก็รีบนำกระดูก เทียมหรือลูกบอลให้แทน ออกคำสั่งว่า “อย่า” อย่างชัดเจน แล้วนำสิ่งของที่เขาออกจากเขา เมื่อ เห็นว่าเขาเริ่มกัดแทะของที่เราให้เขาก็ให้กล่าวชมความประพฤติที่ดี แล้วจะรู้สึกว่ามี การตอบสนอง อย่างมีความสุข

ช่วยให้ลูกสุนัขอยู่ห่างไกลจากสิ่งที่เป็นโทษ เป็นต้นว่าน้ำยาทำความสะอาด ทินเนอร์ สารเคมีที่ใช้ในบ้านเรือน และสิ่งของที่มีอันตราย โดยเก็บสิ่งเหล่านั้นในตู้ที่ล็อกกุญแจได้

- วิธีการให้ยาเม็ด ข้อสำคัญคืออย่าผสมยากับอาหารสุนัข เพราะสุนัขอาจจะป่วยมากจน ไม่สามารถกินอาหารจนหมดได้ หรือเขาอาจจะรู้สึกว่ารสชาติอาหารเปลี่ยนไปและไม่ยอมกิน สุนัข ที่มีเล่ห์กระเท่ห์จะกินอาหารจนหมดชามและจะไม่แตะต้องยาเม็ดแต่เม็ดเดียวที่อยู่ก้นชาม วิธีป้อนยา ที่ง่ายสำหรับคุณและสุนัขของคุณ เพื่อฝึกหัดการใช้ยา ให้คุณ ใช้ของที่ให้เป็นรางวัลที่มีรูปร่างกลม โดยให้เขากินนิดหน่อยเพื่อให้เขาเกิดความชอบ แล้วลองให้เขากินเพียงเม็ดเดียวให้เหมือนกับการ ป้อนยา เขามือจับปากค้ำบนแล้วขยี้ระยะเขาขึ้น รวบรวมฝีปากบนของสุนัขให้หุ้มฟันบนและเข้าไป ในปาก ให้เม็ดยาอยู่ระหว่างนิ้วหัวแม่มือและนิ้วชี้ในมืออีกข้างหนึ่ง ใช้นิ้วกลางค้ำค้ำกรามของเขา ลงเพื่อให้ปากเขาเปิดออก

ให้พูดกับสุนัขและทำอย่างสุภาพตลอดขบวนการของการให้ยาเพื่อให้เขาสงบ เมื่อกินยา เสร็จควรให้ของกินเป็นรางวัลหรือกล่าวชมเขา เพื่อจะได้รู้สึกว่าการกินยากี่ไม่ได้เลวร้ายอะไร มากมาย

- ปลอกคอและสายจูง ฝึกให้สุนัขคุ้นเคยชินกับปลอกคอและสายจูง เริ่มจากใช้ปลอกคอกี่ แคบและอ่อนนุ่มก่อน และให้เขาใส่เป็นประจำจนเกิดความเคยชินแล้วค่อยเอาโซ่ที่เขาติดเข้ากับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปลดกคช ให้ชาวลาภดินแล้วปล่อยให้เขาลากไปมาเป็นเวลาหลายวัน วิธีการต่อไปก็คือให้จับปลายข้างโซ่ขึ้นมาโดยไม่ให้มันตึง ดึงให้ตรงแล้วเดิน แล้วล่อสุนัขของคุณด้วยคำหวานเพื่อให้เดินตามคุณ ถ้าเขาเดินไม่ทันหรือวิ่งนำหน้าคุณ ให้กระตักสั้นๆ และเบาๆ ควรจะเดินไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้สุนัขไม่รู้สึกว่าเป็นการนำที่ล้าหน้าเกินไปและไม่เริ่มคิดว่าเป็นการบังคับที่ไม่สบายเลย คุณจะสามารถฝึกสุนัขได้จริงจังกว่ามันเมื่อเขามีอายุมากขึ้น และประสบการณ์ในระยะแรกของการใช้สายจูงจะเป็นพื้นฐานที่ดีต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### วิเคราะห์และสรุปข้อมูล

#### การวางตำแหน่งสินค้าสำหรับสุนัข “DOGGIE”

หลักในการผลิตสินค้า จำเป็นต้องรู้ว่าสินค้าเราอยู่ที่ระดับไหน ต้องการขายใคร อย่างไร บ้าง หลักในการวางตำแหน่งสินค้า SWH 2H จะช่วยให้เราสามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการ ซึ่งหลักนี้ประกอบด้วย

What	ผลิตอะไร	ชุดผลิตภัณฑ์รวมของใช้สำหรับสุนัข ยี่ห้อ “DOGGIE” เป็นยี่ห้อสมมุติ โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มมาตรฐาน ให้เหมาะสมสำหรับสุนัขต่างวัยและต่างพันธุ์ ผลิตขึ้นในประเทศไทย
Who	เพื่อใคร	กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ที่รักสุนัข รสนิยมดี อายุประมาณ 18-30 ปี การศึกษาค่อนข้างดี มีความรับผิดชอบ และผู้ที่เพิ่งเริ่มเลี้ยงสุนัข
Why	ทำไม	เพื่อเป็นทางเลือกใหม่สำหรับผู้เริ่มเลี้ยง ที่ยังไม่รู้ว่าการเลี้ยงสุนัขนั้น ควรจะใช้ผลิตภัณฑ์อะไร ชนิดไหนบ้าง และสร้างความสะดวกสบายในการซื้อ โดยที่ผู้ซื้อไม่ต้องเดินหาสินค้า เพียงชุดเดียวก็ได้ของที่จำเป็นทั้งหมดสำหรับสุนัข
Where	ที่ไหน	ช่องทางการจัดจำหน่าย ตามซูเปอร์มาร์เก็ต , ร้าน Pet Shop , ร้านอาบน้ำ – ตัดแต่งขนสุนัข , โรงพยาบาลรักษาสัตว์, คลินิกรักษาสัตว์ ทั่วไป
When	เมื่อไหร่	ไม่จำกัดช่วงเวลาการจำหน่าย
How	อย่างไร	สร้างความแตกต่างจากทั่วไป โดยการใช้กราฟฟิกให้ดูน่าสนใจ สีสันสดใส สนุกสนาน เรียกครองความสนใจนำมาซึ่งการกระตุ้นการซื้อ นอกจากนี้ยังสามารถนำผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่นำมาประยุกต์ใช้เป็นของอย่างอื่น ได้นอกเหนือจากประโยชน์ใช้สอยหลัก ๆ
How Much	เท่าไร	ราคาปานกลางถึงค่อนข้างสูง เพราะเป็นสินค้าที่รวมเอาผลิตภัณฑ์หลากหลายอย่างที่มีคุณภาพดีไว้ในชุดเดียวกัน เหมาะสมเพียงพอที่จะนำไปใช้ระยะเวลาประมาณ 1 เดือน เหมาะแก่การเป็นของขวัญมอบให้สุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### กลุ่มเป้าหมายและพฤติกรรมผู้บริโภค

ลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 18 – 35 ปี มีเมตตา รักสัตว์ รักสุนัข อารมณ์ดี สนุกสนาน และมีรายได้สูงเพียงพอที่จะจัดหาของใช้ต่าง ๆ ให้กับสุนัข รับผิดชอบตัวเองได้ดี ใส่ใจดูแลสุนัขได้ การศึกษาดี รสนิยมดี เพิ่งเริ่มเลี้ยงสุนัขและยังไม่รู้ว่าควรที่จะเลือกอะไรให้สุนัขบ้าง นิยมซื้อของตามห้างสรรพสินค้า เป็นคนทันสมัย ชอบความสะดวกสบาย

### ช่องทางการจัดจำหน่าย

กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มคนเมือง รักสัตว์ รักสุนัขที่เพิ่งเริ่มเลี้ยง รักความเรียบง่าย แต่ทันสมัย รักความสะดวกสบาย ดังนั้น จึงจะวางสินค้าที่ซูเปอร์มาร์เก็ต, Pet Shop, และตามโรงพยาบาล คลินิกรักษาสัตว์ทั่วไป เป็นสถานที่ที่สุนัขทุกตัวต้องไปผลิตยาวัคซีน รักษาโรคต่างๆ

### กำหนดขอบเขตและลักษณะของสินค้า

DOGGIE เป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่งออกมาสู่ตลาด แข่งขันกับผลิตภัณฑ์ใหญ่ ๆ ที่ครองตลาดมานาน เช่น เพคคริกรี ซึ่งครองตลาดในบ้านเรา และซี.พี. ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น สมาร์ทเฟ็ด DOGGIE เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำมาเพื่อตอบสนองความสะดวกสบายของลูกค้าโดยเฉพาะบุคคลที่เพิ่งเริ่มเลี้ยงสุนัขเป็นครั้งแรกและยังคงไม่มีความรู้ที่เพียงพอในการเริ่มต้นเลี้ยง ไม่รู้ว่าสุนัขมีความจำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์ใดบ้าง ดังนั้น จึงถูกออกแบบมาให้เป็นชุด หนึ่งชุดจะมีสิ่งที่จำเป็นของสุนัขอยู่ เช่น อาหาร, แคมพู, ของเล่น มีฉลากข้อมูลที่สามรถทำให้ผู้เริ่มเลี้ยง ได้เริ่มใช้ผลิตภัณฑ์นี้ได้เข้าใจง่ายขึ้น การออกแบบกราฟฟิกให้ดูสดใส น่าสนใจเพราะเป็นผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ที่เกิดขึ้นในตลาด จัดแบ่งเป็นชุดสำหรับสุนัขต่างพันธุ์และต่างช่วงอายุ ทำให้สะดวกในการซื้อผู้บริโภคและการขนส่ง สินค้าที่สะดวกสำหรับบริษัท ทำให้ได้สินค้าในราคาที่ถูกลงกว่าซื้อแยก เป็นทางเลือกที่ประหยัด สำหรับลูกค้าที่มีรสนิยมดีและชอบของถูก

#### ขอบเขตของสินค้า

แบ่งสินค้าให้สุนัขออกเป็น 3 กล่อง 3 ประเภท

1. ลูกสุนัข
2. สุนัขโต พันธุ์เล็ก
3. สุนัขโต พันธุ์ใหญ่

โดยแต่ละกล่องจะบรรจุของทั้งหมด 9 อย่าง ประกอบด้วย

- อาหารเสริม 1 ขวด บรรจุ 50 แคปซูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ของขบเคี้ยว (กระดูกลด) แตกต่างกันตามประเภทของสุนัขและช่วงอายุ ลูกสุนัขและสุนัขโต พันธุ์เล็ก บรรจุชิ้นเล็ก 2 ชิ้น ,สุนัขโต พันธุ์ใหญ่ บรรจุชิ้นใหญ่ 1 ชิ้น
- แชมพูสูตรอ่อนโยน 1 ขวด ใช้ได้กับทุกพันธุ์ ทุกช่วงอายุ ขนาด 220 ml.
- ผ้าขนหนู (สำหรับสุนัข) 1 ผืน ขนาด 81 \* 41 ซม.
- สเปรย์กำจัดเห็บ – หมัด 1 ขวด ใช้ได้กับทุกพันธุ์ ทุกช่วงอายุ ขนาด 180 ml.
- สเปรย์บำรุงขน 1 ขวด ใช้ได้กับทุกพันธุ์ ทุกช่วงอายุ ขนาด 180 ml.
- ก้านสำลี 1 กล่อง บรรจุ 50 ก้าน
- ของเล่น 1 ชิ้น แตกต่างกันตามประเภทของสุนัขและช่วงอายุ
- ปลอกคอ 1 อัน แตกต่างกันตามประเภทของสุนัขและช่วงอายุ

### วิเคราะห์กราฟฟีกและบรรจุภัณฑ์สินค้าสำหรับสุนัขในปัจจุบัน

โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์ทุกชนิดที่เกี่ยวกับสุนัขนั้น การเลือกซื้อชิ้นต้นจะขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้เลี้ยงเป็นส่วนใหญ่มิ่ว่าผลิตภัณฑ์นั้นจะถูกใช้โดยสุนัขก็ตาม เช่น การเลือกซื้อของเล่นที่มีสีสันสดใส ในตอนที่ซื้อ เจ้าของเองจะไม่มีทางรู้ได้ว่าสัตว์เลี้ยงของตัวเองนั้นพึงพอใจกับผลิตภัณฑ์นั้นหรือไม่ โดยทั่วไปสุนัขจะชอบของที่มีลักษณะที่กลิ้งได้ ถกดแล้วมีเสียง หรือสุนัขเองก็อาจจะไม่ชอบกลิ่นแชมพู แพ้กลิ่นแชมพูบางอย่างได้ แต่สุนัขจะแสดงอาการพึงพอใจ ชอบหรือไม่ชอบ หลังจากได้ลองใช้แล้วเท่านั้น การเลือกซื้อสินค้าสำหรับสุนัขจึงเป็นการยึดติดกับแบรนด์ คือเคยใช้อะไรก็ใช้ ก็ใช้ของนั้นไปตลอด ในการซื้อชิ้นแรกจึงขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้เลี้ยงเป็นหลัก การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสุนัขนั้นจึงจำเป็นต้องออกแบบเพื่อเรียกร้องความสนใจจากเจ้าของสุนัขเป็นหลัก

ปัญหาของสินค้าสำหรับสุนัข ในท้องตลาดส่วนใหญ่ที่มักพบ

#### 1. ปัญหาด้านการส่งเสริมการขาย

ภาพประกอบสินค้ามักเป็นภาพถ่ายของสุนัขเหมือนจริง ทำให้กราฟฟีกดูไม่น่าสนใจเท่าที่ควร และทำให้การสื่อความหมายไม่ชัดเจน จุดขายไม่เด่นชัด เกิดความรู้สึกว่าใช้ได้เฉพาะกับพันธุ์ที่เห็นบนบรรจุภัณฑ์เท่านั้น

#### 2. ปัญหาในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์

สินค้าสำหรับสุนัขมักจะไม่มีบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มปกป้องสินค้าเท่าใดนัก จะถูกวางขายแบบเปลือยเปล่า ทำให้สินค้ามีโอกาสชำรุดเสียหาย จากการขนส่ง จนถึงการวางขาย เช่น ขาบำรุง หรือ

กระดุกปลอมน มักได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศ แสงแดด ความร้อน ความชื้น มีผลทำให้คุณภาพของ สารอาหารบางตัว หรือรสชาติ ถูกทำลายได้

### 3. ปัญหาด้านการขนส่ง

ผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นสำหรับสุนัข ส่วนใหญ่จะไม่มีบรรจุภัณฑ์ปกป้องสินค้าให้กับ แคมพู และสเปรย์ต่างๆ ดังนั้น จึงเกิดข้อจำกัดการขนส่งคือห้ามนอนหรือคว่ำขวดสินค้า ทำให้ระหว่างขนส่ง หล่น หก เกิดความเสียหายก่อนที่จะถึงมือผู้บริโภค และ โครงสร้างที่แตกต่างกันของแต่ละผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการขนย้ายสินค้า เป็นปัญหาทั้งของบริษัทและของผู้บริโภคด้วย

### 4. ปัญหาด้านการบรรจุ

ผู้ที่รักสุนัขนั้นในเบื้องต้นนั้นก็ต้องการที่จะพาสุนัขออกไปไหนมาไหนด้วยตลอด การเดินทางไปต่างจังหวัดทำให้เกิดปัญหาในการดูแลสุนัขที่เราจะนำไปด้วยว่า มีของใช้ที่จำเป็นและเพียงพอสำหรับสุนัขหรือไม่ ผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดส่วนใหญ่เป็นการแยกซื้อ ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการซื้อและการขนส่งของผู้บริโภค

### สรุปแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ “DOGGIE”

ในการเริ่มต้นเลี้ยงสุนัขนั้นก็ต้องซื้อของใช้ที่จำเป็นหลายอย่างสำหรับสุนัข อาจจะทำให้ไม่สะดวกในการเลือกซื้อ เพราะไม่มีข้อมูล หรือขนส่งไม่สะดวก หากจำเป็นต้องไปพิกค้ำงคินตามสถานที่ต่าง ๆ ในการออกแบบจึงมีแนวคิดคือ

#### ด้านโครงสร้าง

1. ประหยัดพื้นที่โครงสร้างของกล่องให้มีสัดส่วนที่เหมาะสมที่จะใส่ของที่แตกต่างกันหลายๆ ชนิดได้ เพราะโครงสร้างที่เหมาะสมจะสามารถประหยัดพื้นที่ในการขนส่ง และพื้นที่ในการวางสินค้า
2. โครงสร้างแข็งแรงใช้ได้จริง เหมาะแก่การขนส่งในระยะไกล เพื่อให้ผู้บริโภคใช้ระหว่างเดินทางไกล
3. เลือกใช้กระดาษมาทำเป็น โครงสร้างกล่อง เพื่อประหยัดต้นทุนในการผลิต และเลือกทำบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มภายในกล่องเฉพาะที่จำเป็นเท่านั้น เช่น กล่องชวดยา และกล่อง cotton bud เพราะสินค้าจำเป็นต้องปกป้องผลิตภัณฑ์ในระยะยาวจนกว่าของจะถูกใช้จนหมด
4. สามารถที่จะถนอมสินค้าได้แม้จะเป็นสินค้าที่แตกต่างกัน วัสดุที่ใช้ คือ กระดาษแข็ง กระดาษลูกฟูก
5. สามารถนำผลิตภัณฑ์ของ DOGGIE มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกเหนือจากหน้าที่ประโยชน์ใช้สอยหลัก

#### ด้านกราฟฟิก

1. ใช้สีที่เหมาะสมแก่การเริ่มเลี้ยงสุนัข เน้นสีสดใส สดุดสนาน ใช้สีเพื่อแบ่งแต่ละกล่อง
  - สีเขียว           สุนัขโต พันธุ์ใหญ่
  - สีแดง           สุนัขโต พันธุ์เล็ก
  - สีส้ม             ลูกสุนัข
2. กำหนดให้สุนัขเป็นสัญลักษณ์ของแต่ละกล่อง เช่น
  - สุนัขโต พันธุ์ใหญ่     สัญลักษณ์คือ พันธุ์บูต็อก , พิทบูลเทอร์เลีย , อัลเซเชียน
  - สุนัขโต พันธุ์เล็ก     สัญลักษณ์คือ พูเดิล , ปีกกิ้ง , ชิรวาว
  - ลูกสุนัข                 สัญลักษณ์คือ เซนส์เบอนาร์ด , โกลเด็นรีทริฟเวอร์
3. สามารถบอกข้อมูลของสินค้า วิธีใช้ เป็นภาษาภาพเพื่อให้เข้าใจได้โดยง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### ขั้นตอนการออกแบบ

#### การออกแบบตราสัญลักษณ์ของสินค้า

การออกแบบตราสัญลักษณ์สินค้าชื่อ “DOGGIE”

เป็นลักษณะ logotype เพียงอย่างเดียว ใช้ สีดำ ซึ่งเป็นสีกลาง เพราะสามารถเข้ากันได้กับสี  
กล่องมีหลายสี หลายประเภท เช่น สีเขียว สีแดง สีส้ม

# DOGGIE

ภาพที่ 6 ตราสัญลักษณ์ของสินค้า

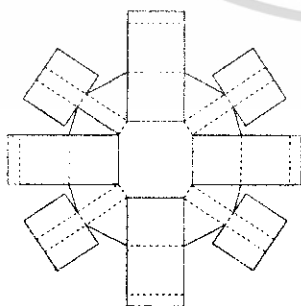
การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ด้านโครงสร้าง
2. ด้านกราฟฟิก

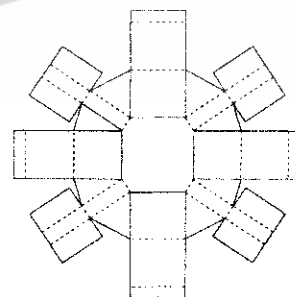
#### แบบร่างของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

แบบร่างครั้งที่ 1

แบบกล่องเป็นแบบฝาครอบ หักมุมจาก 4 เหลี่ยมเป็น 8 เหลี่ยม เพื่อลดความแหลมคม แข็ง  
กระด้างเพื่อให้กล่องเป็นมิตรกับผู้บริโภคมากขึ้น เหมือนกล่องของขวัญที่ผู้รับได้รับแล้ว มี  
ความสุขอยากที่จะเปิดใช้



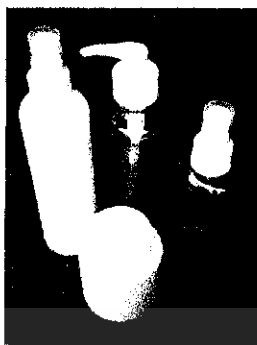
ฝากล่อง



ก้นกล่อง

ภาพที่ 7 รูป Sketch แบบ โครงสร้างกล่องรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 8 ขวดต่างๆ ที่อยู่ภายในกล่อง

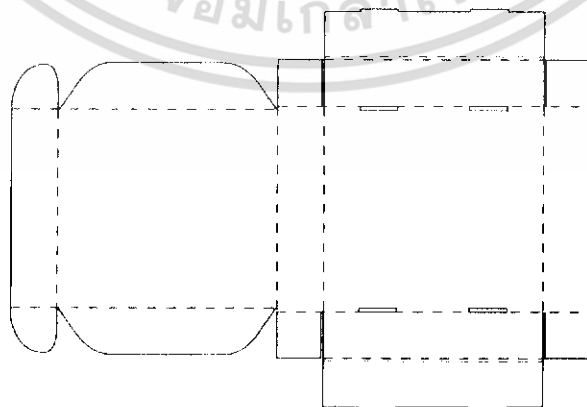
### ปัญหาและข้อเสนอแนะ

แบบ โครงสร้างนี้ดูเป็นมิตรกับผู้บริโภค มีโครงสร้างที่สามารถเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับขวดข้างในได้ แต่มีข้อเสียคือ การจัดสรรของข้างในยังไม่มีระเบียบ เกิดช่องว่างอาจทำให้ของหักเสียหายได้ และจะต้องทำรูปแบบกล่องให้มีขนาดใหญ่มากถึงจะสามารถจัดสรรของที่มีทั้งหมด 7 ชิ้น ให้ใส่ลงไปได้ ทำให้ต้องสิ้นเปลืองกระดาษ เปลืองต้นทุน

ดังนั้น การออกแบบจึงควรออกแบบให้รัดกุม ไม่ควรเปลืองวัสดุคิบกระดาษโดยใช่เหตุ และควรมีตัวล็อกสินค้าด้านในเพื่อที่จะไม่ให้สินค้าถูกกระทบกระเทือน เกิดความเสียหายจากการขนส่ง

### แบบร่างครั้งที่ 2

เพื่อเป็นการประหยัดกระดาษและต้นทุนในการผลิต จึงออกแบบให้มีโครงสร้างที่มาจากกระดาษชิ้นเดียว ลักษณะกล่องแนวนอนมีความสูงขนาด 9 ซม. เท่ากับของในแนวนอนที่สูงที่สุด มีตัวล็อกสินค้าด้านใน แข็งแรงสามารถรับน้ำหนักของที่อยู๋ภายในได้



ภาพที่ 9 รูป Sketch แบบโครงสร้างกล่องรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 10 บรรจุภัณฑ์ต่างๆ ที่บรรจุอยู่ในกล่องใหญ่



ภาพที่ 11 ภาพคลี่แบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชั้นในแบบ Reverse Tuck

ปัญหาและข้อเสนอแนะ

แบบร่างครั้งที่ 2 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชั้นในออกแบบมาเพื่อประหยัดต้นทุนและให้ผู้บริโภคใช้งานได้ง่าย จึงทำกล่องแบบ Reverse Tuck ซึ่งเป็นแบบที่เรียบง่าย แต่สามารถปกป้องสินค้าภายในได้เป็นอย่างดี โครงสร้างกล่องรวมดูแข็งแรงกระด้าง ดูเหมือนกล่อง software มากกว่าดูไม่เป็นมิตรกับผู้บริโภค โครงสร้างสามารถทำให้เล็กกว่านี้ได้ และการออกแบบให้เป็นกล่องแนวอนนั้นจะทำให้เกิดปัญหา การเก็บรักษาบรรจุภัณฑ์ประเภทแชมพู สเปร์ย์ เกิดการซึมหกเลอะเทอะ เกือบสินค้าที่อยู่ภายในอื่นๆ ได้ หากถูกเก็บไว้ในสต็อกสินค้านานๆ

ดังนั้น ควรจะเปลี่ยน โครงสร้างกล่องรวมให้เป็นแบบแนวตั้ง ถ้าเป็นแนวอนก็ควรทำตัวล็อกสินค้าให้สินค้าเรียงท่ามุม 45 องศา กับพื้นเพื่อเป็นการเก็บรักษาสินค้าให้คงสภาพเดิมไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สรุปแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านโครงสร้าง

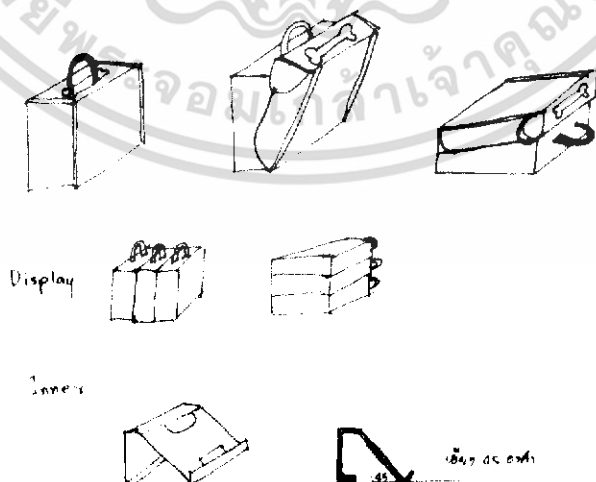
การออกแบบโครงสร้างของกล่องที่ตีนั้น ควรที่จะใช้ทรัพยากรกระดาษให้เป็นประโยชน์ที่สุด ออกแบบโครงสร้างให้มีพื้นที่ที่เหมาะสมกับสินค้าภายใน จะได้ไม่ต้องสิ้นเปลือง ใช้พื้นที่ภายในกล่องให้คุ้มค่า สามารถเก็บรักษาสินค้าให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานได้จนกว่าจะถึงมือผู้บริโภค และควรให้กล่องมี Gimmick บ้างเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกแปลกใจ และสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภคได้ จึงออกแบบให้กล่องมีลักษณะตามต้องการดังนี้

1. กล่องมีลักษณะเป็นกล่องแนวตั้ง โดยมี Inner เอียงทำมุม 45 องศา กับพื้นกล่อง เพื่อถนอมสินค้าประเภทแชมพู และสเปรย์

2. เพื่อให้ความสะดวกในการขนย้ายสินค้าทั้งหมด ซึ่งมีน้ำหนักรวมที่มากให้แก่ผู้บริโภค กล่องรวมจึงมีหูหิ้ว หูหิ้วทำมาจากพลาสติกอ่อนนุ่ม ณ จุดขายจะเป็นหูหิ้วสำหรับยกสินค้า แต่เมื่อผู้บริโภคแกะกล่องนำไปใช้จากหูหิ้วก็จะกลายเป็นพลาสติกอ่อนนุ่มสำเร็จรูป เป็นการใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ให้คุ้มค่า และสร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริโภคอีกด้วย

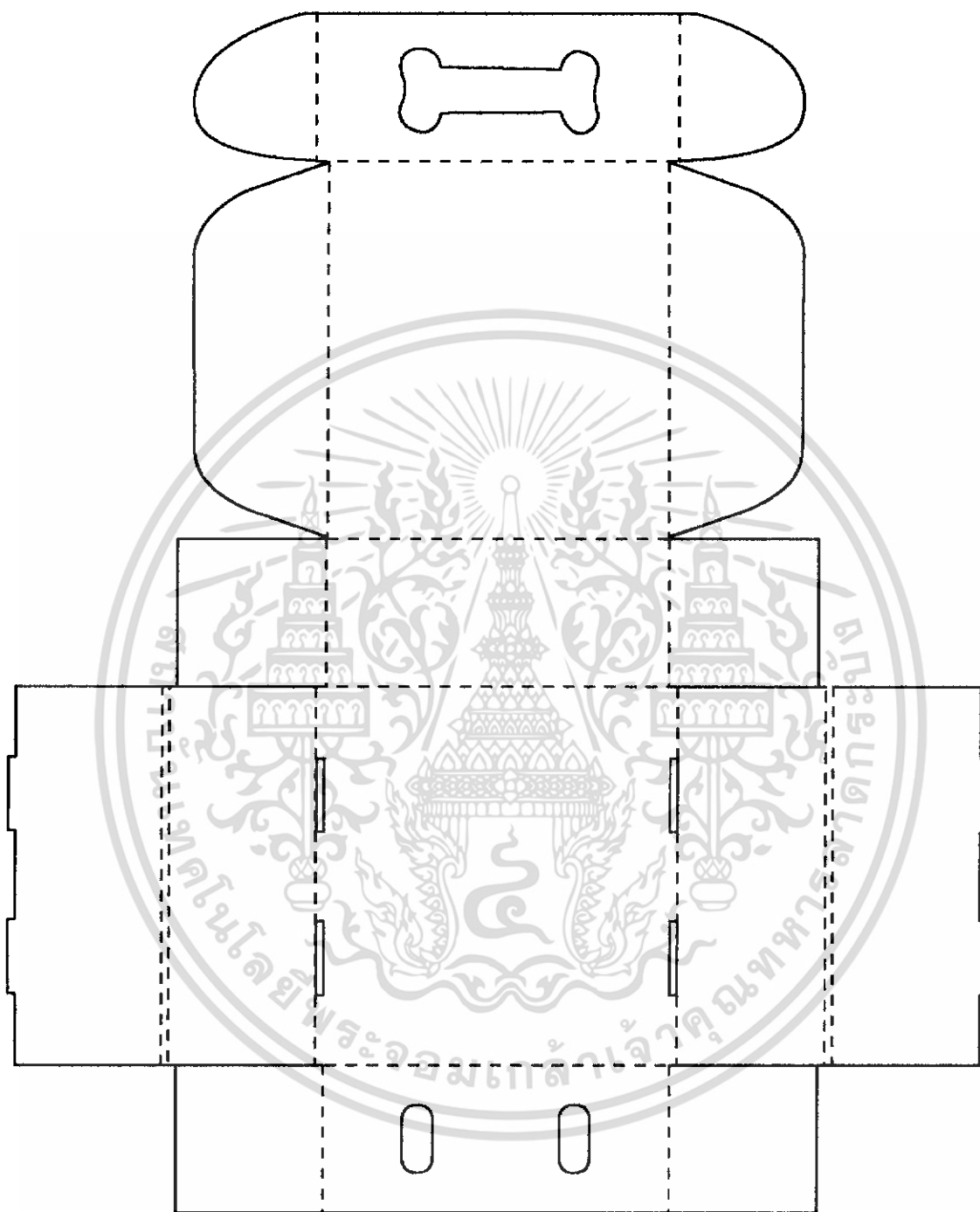
3. จัดสรรพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด คือ นำผ้าขนหนูสำหรับสุนัข มาไว้ได้ Inner ที่ยกขึ้นจากพื้น 45 องศา นอกจากประหยัดพื้นที่แล้วผ้าขนหนูยังช่วยรับน้ำหนักของแชมพู และสเปรย์ต่างๆ ซึ่งมีน้ำหนักค่อนข้างมากได้อีกด้วย

4. ประหยัดต้นทุน ไม่สร้างขยะเป็นมลภาวะกับสิ่งแวดล้อมหลังการใช้งาน จึงเลือกทำกล่องชั้นในเฉพาะ Cotton Bud เพื่อให้เก็บรักษาสินค้า ถนอมสินค้าจนกว่าจะถูกใช้จนหมด และขวดยาบำรุง เพราะมีรายละเอียดของฉลากค่อนข้างเยอะ ใช้โครงสร้างขวดยาบำรุงแบบ Reverse Tuck เป็นโครงสร้างที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อน ใช้งานง่าย ไม่เปลืองพื้นที่กระดาษ



ภาพที่ 12 ภาพ Sketch โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชุดรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 13 ภาพคัตตี แบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชุดรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### แบบร่างของกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

แนวคิด Cosmetic Dogs

แบบร่างครั้งที่ 1

ออกแบบสร้างสรรค์งานบนแนวคิด Cosmetic Dogs มาจากการสำรวจสินค้าสำหรับสุนัข ในท้องตลาดส่วนใหญ่จะมีจุดขายคือ สุขภาพที่แข็งแรง หรือความสะอาดเพื่ออนามัย ดังนั้นการสร้างความคิดค้นให้ผลิตภัณฑ์ใหม่ จึงต้องมีจุดขายที่แตกต่างจากเดิม จึงต้องการให้ผลิตภัณฑ์ของ Doggie เป็นเสมือนเครื่องสำอาง บำรุงประหิน โคมสำหรับสุนัข

โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม แต่ละกลุ่มมีการกำหนดพันธุ์สุนัขขึ้นมาเพื่อเป็นสัญลักษณ์ในการออกแบบ

ลูกสุนัข	สัญลักษณ์ของกลุ่มคือ	พันธุ์โกลเด้นรีทริฟเวอร์
สุนัขโต พันธุ์เล็ก	สัญลักษณ์ของกลุ่มคือ	พันธุ์พูเคิล
สุนัขโต พันธุ์ใหญ่	สัญลักษณ์ของกลุ่มคือ	พันธุ์อเมริกัน พิตบูล

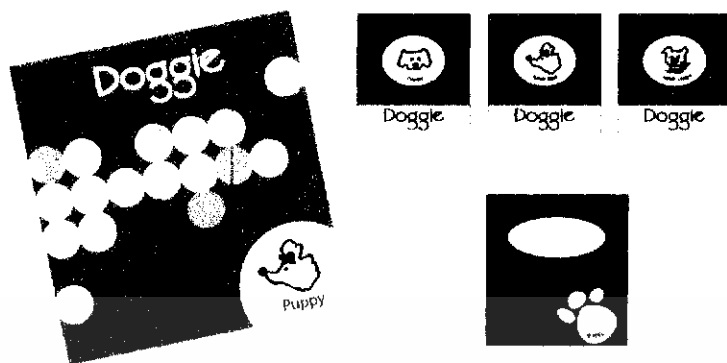


ภาพที่ 14 รูป Sketch การเลือกพันธุ์สุนัขมาเป็นสัญลักษณ์



ภาพที่ 15 รูปสัญลักษณ์ที่ใช้ในครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 16 รูป Sketch แบบร่างกราฟฟิกแนวคิด Cosmetic Dogsครั้งที่ 1

ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การออกแบบกล่องโดยนำสุนัขที่มีลักษณะเด่นตรงตามแต่ละกล่องมาเป็นสัญลักษณ์ของกล่องดีแล้ว แต่การออกแบบกล่องที่แตกต่างกัน น่าจะทำให้มีความแตกต่างของกล่องกันมากกว่านี้

แบบร่างครั้งที่ 2

ใช้สีในการแบ่งกล่องเพื่อให้เกิดความแตกต่างกันของแต่ละกล่อง การกำหนดสีมาจากบุคลิกลักษณะของสุนัข กล่องลูกสุนัขใช้สีส้ม ,กล่องสุนัขโต พันธุ์เล็กใช้สีชมพู ที่ใช้สีโทนร้อน เพราะที่ทั้งลูกสุนัขและสุนัขโต พันธุ์เล็ก จะเป็นสุนัขที่มีความกระตือรือร้นสูง อยากเรียนรู้ สนใจสิ่งรอบข้าง ข้างประจําเอาไว้ กล่องสุนัขโต พันธุ์ใหญ่ใช้สีเขียว เพราะสุนัขจะมีความสง่างาม วางตัวดี สุขุมเป็นผู้ใหญ่ น่าเกรงขาม



ภาพที่ 17 รูป Sketch แบบร่างกราฟฟิกแนวคิด Cosmetic Dogsครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การออกแบบควรมีความสนุกสนาน สร้างความสนใจให้กับคนเพิ่งเริ่มเลี้ยงสุนัขมากกว่านี้

### แนวคิด Indy Dogs

#### แบบร่างครั้งที่ 1

จากการออกแบบแนวคิดเดิมทำให้เกิดปัญหางานดูเรียบ นิ่งเกินไป ควรทำให้มีความสนุกสนานมากกว่านี้ จึงเปลี่ยนแนวคิดใหม่มาเป็น Indy Dogs เป็นการท้าทาย เชิญชวนคนวัยมันตามกลุ่มเป้าหมาย บุคคลที่เพิ่งเริ่มเลี้ยงสุนัข ได้ทดลองสิ่งใหม่ๆ ให้กับตัวเอง



ภาพที่ 18 รูป Sketch แบบร่างกราฟฟิกแนวคิด Indy Dogs

## ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การออกแบบแนวคิดนี้สนุกสนานดี แต่ไม่เหมาะสมกับการเป็นผลิตภัณฑ์เท่าไรนัก

### แนวคิด ไม่จำกัด

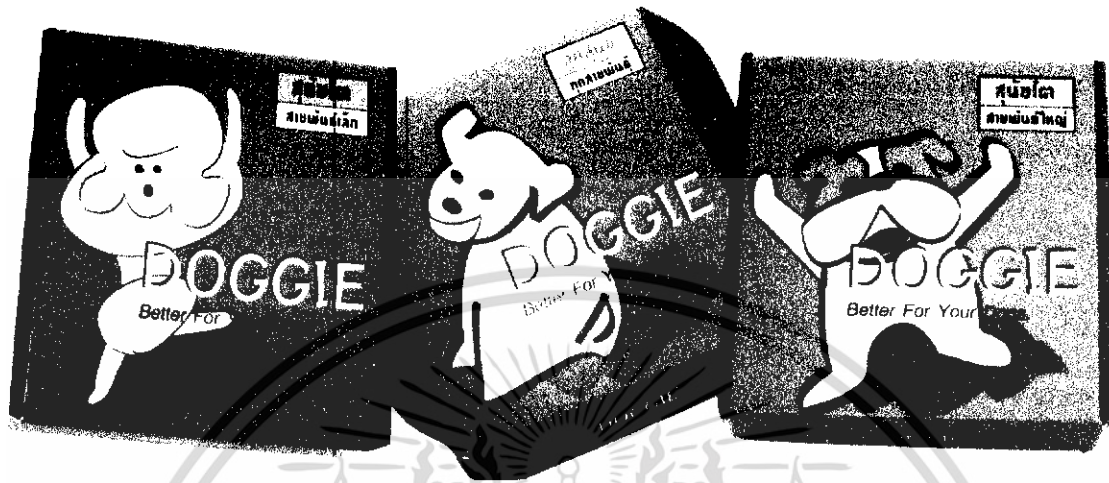
#### แบบร่างครั้งที่ 1

แนวคิดทั้งสองแนวคิดเป็นการจำกัดรูปแบบ และสไตล์เฉพาะกลุ่มจนเกินไป การขายผลิตภัณฑ์นั้นควรจะออกแบบเพื่อสำหรับกลุ่มเป้าหมายหลักโดยรวม โดยที่ไม่ต้องนำสไตล์หรือความชอบส่วนบุคคลมาเป็นตัวจำกัดการเลือกซื้อ จึงเกิดแนวคิดในการออกแบบใหม่คือ “ไม่จำกัด” เพื่อขยายฐานการซื้อให้กว้างขึ้น

การออกแบบ โดยนำเอาสัญลักษณ์เดิมที่เคยคิดไว้ มาปรับรูปร่างให้เข้ากับแนวคิดใหม่ในครั้งนี้ เช่น สีของกล่อง เขียว, แดง, ส้ม และพันธุ์สุนัขที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ของแต่ละกล่องนั้นได้ปรับเปลี่ยนบ้าง เช่น

ลูกสุนัข	สัญลักษณ์ของกล่องคือ พันธุ์โกลเด้นรีทริฟเวอร์
สุนัขโต พันธุ์เล็ก	สัญลักษณ์ของกล่องคือ พันธุ์พูเดิ้ล
สุนัขโต พันธุ์ใหญ่	สัญลักษณ์ของกล่องคือ พันธุ์บูลด็อก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

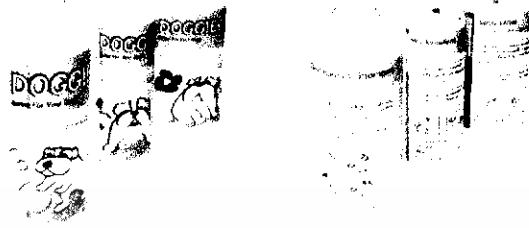


ภาพที่ 19 รูปแบบกราฟฟิกด้านหน้ากล่อง แนวคิด “ไม่จำกัด”



ภาพที่ 20 รูปแบบกราฟฟิกกล่องด้านข้าง, ด้านหลัง และการวางของข้างในกล่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 21 รูปฉลากขวดด้านหน้าและด้านหลัง



ภาพที่ 22 รูปผลิตภัณฑ์รวมของสุนัขโต พันธุ์ใหญ่, สุนัขโต พันธุ์เล็ก และลูกสุนัข

#### สรุปแนวทางการออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

เลือกนำแนวคิด “ไม่จำกัด” มาพัฒนาต่อ โดยอยู่ภายใต้ข้อกำหนดดังนี้

1. ให้รูปแบบมีความน่าสนใจมากขึ้น เช่น เปลี่ยนตัวการ์ตูนใหม่
2. สีเขียวดูไม่ค่อยเข้าพวก ถ้าจะนำมาใช้ควรที่จะเปลี่ยนโทนสี
3. ตัดหรือเพิ่มสิ่งที่เหมาะสมลงไปในกลุ่ม เช่น ตัดกล่องอาหารออก แล้วเพิ่มของใช้บางอย่างที่มีลูกเล่นเข้าไปแทน เช่น กระจุกปลอม, ผ้าขนหนูและวาล์วคอก
4. นำสินค้าที่มีอยู่ภายในกล่อง เช่น กระจุกปลอม มาใช้เป็นลูกเล่นกราฟฟิกบนกล่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 6

### ผลงานจริง

#### สรุปผลงานขั้นสุดท้าย

##### 1. วัสดุ

- กล่องรวมด้านนอกใช้กระดาษลูกฟูก 3 ชั้น เพื่อรองรับน้ำหนักสินค้า
- กล่องชั้นในของ Cotton Bud และขวดยาบำรุง ใช้กระดาษอาร์ต ซึ่งมีความหนา 365 แกรม แข็งแรงเพียงพอกับน้ำหนักสิ่งของ

##### 2. โครงสร้าง

- ขนาดพอเหมาะ เป็นมิตรกับผู้บริโภค
- ไม่กินพื้นที่ในการวางบนชั้นวางสินค้า หรือการขนส่ง
- เรียบง่าย ใช้งานง่าย แต่แข็งแรง
- ลดปริมาณการใช้วัสดุที่ไม่จำเป็นออก
- เพิ่มความสะดวกสบายในการขนย้ายแก่ผู้บริโภค
- มีลูกเล่นให้กล่องดูน่าสนใจ

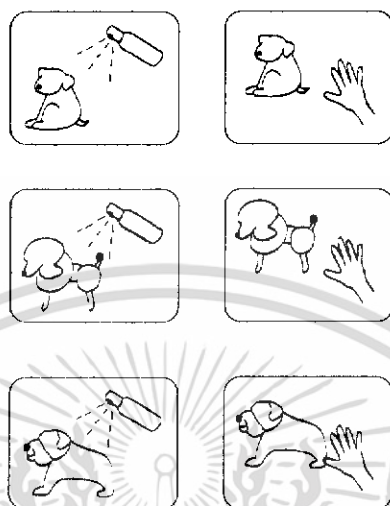
##### 3. กราฟฟิก

- เดินไปตามแนวคิดที่วางไว้
- สีสดใส แตกต่างกันไปในแต่ละกล่องใหญ่
- มีสัญลักษณ์ที่บ่งบอกเอกลักษณ์ของแต่ละกล่อง
- บอกถึงวิธีการใช้ คุณสมบัติของสินค้าให้เข้าใจได้ง่าย เป็นการเล่าเรื่องด้วยภาพ
- เรียบง่าย แต่แปลกตา น่าสนใจ

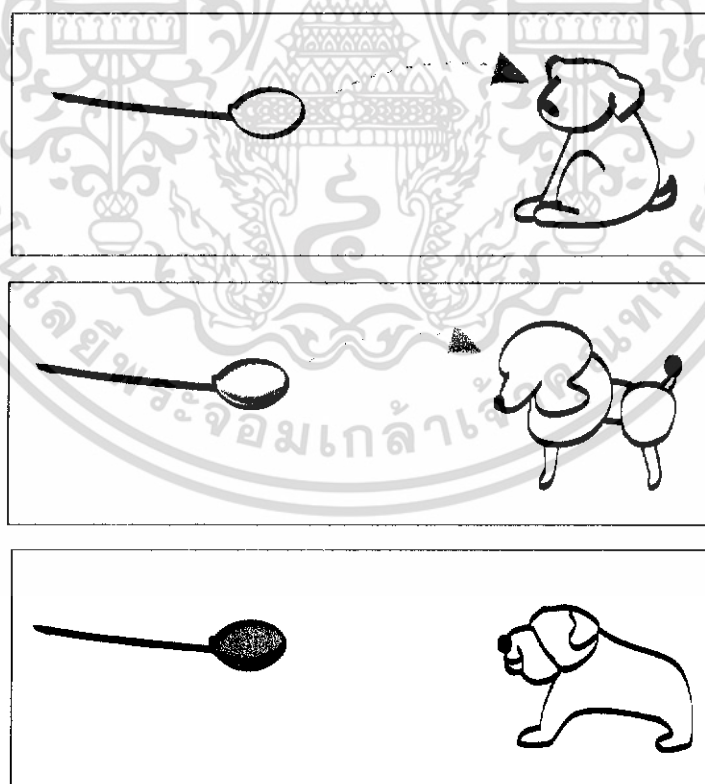
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## 5. การออกแบบวิธีใช้ของผลิตภัณฑ์ต่างๆ

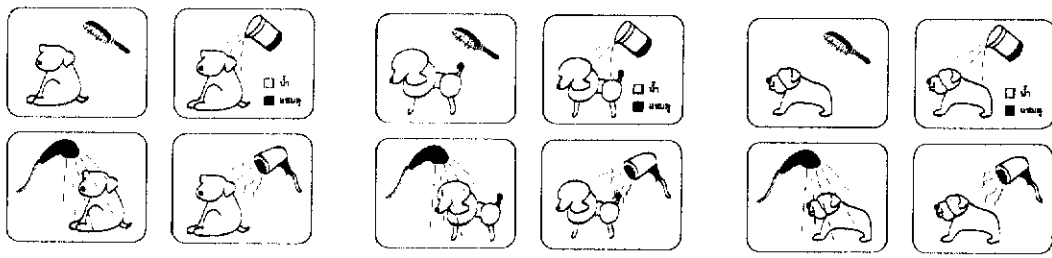


ภาพที่ 26 วิธีใช้ยากำจัดเห็บ-หมัด

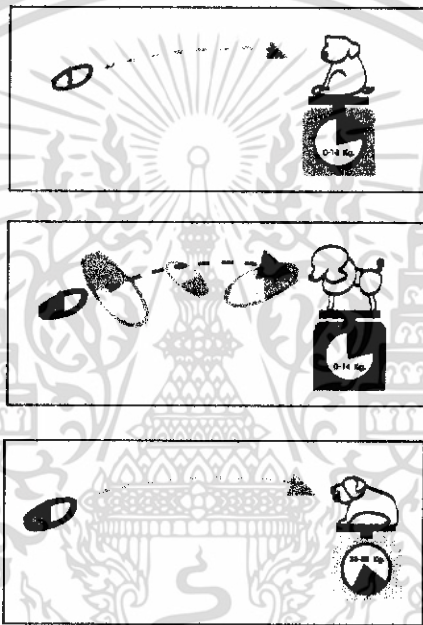


ภาพที่ 27 วิธีใช้ Cotton Bud

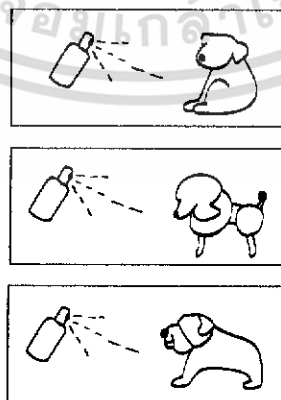
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 28 วิธีใช้แชมพู

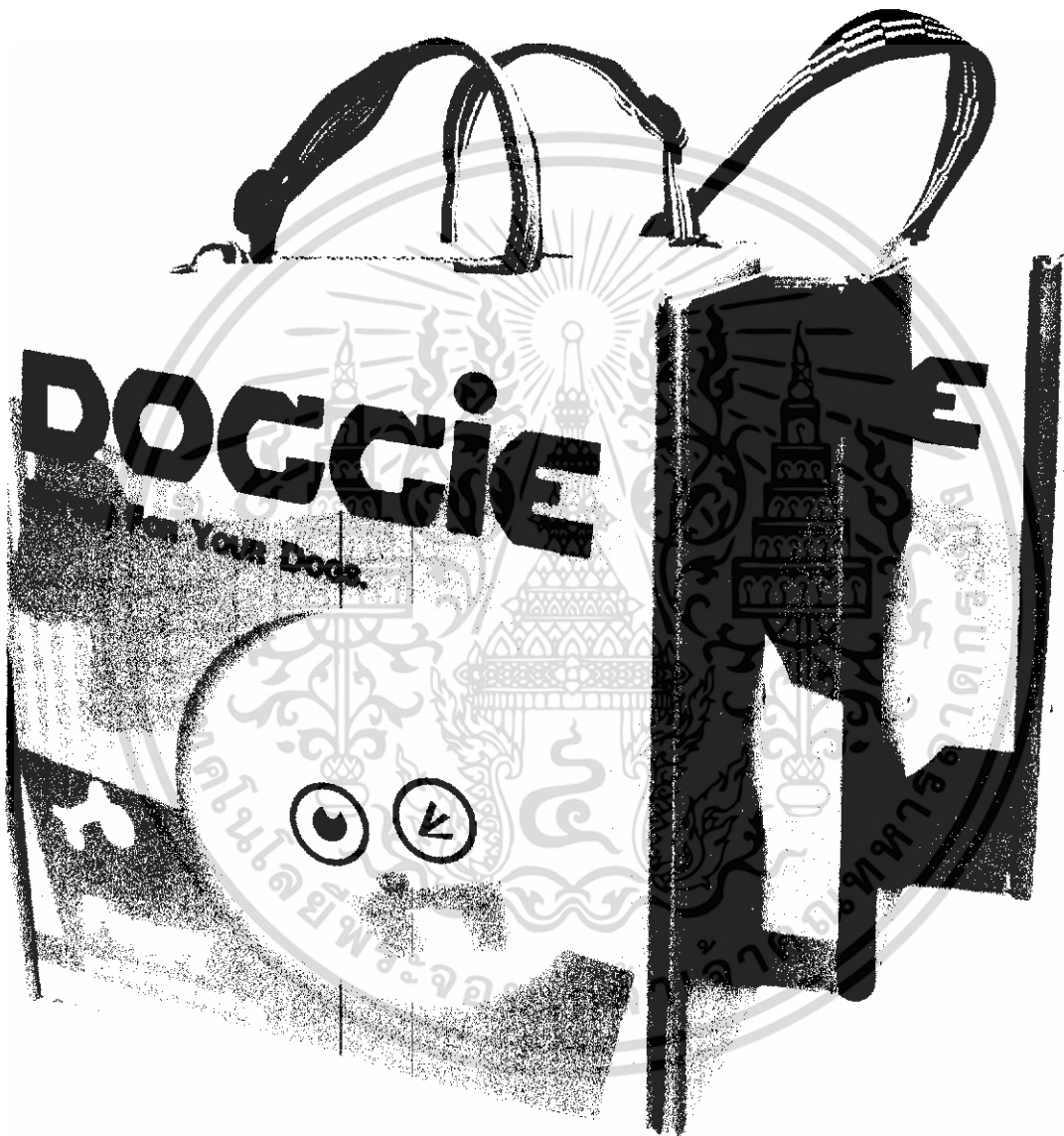


ภาพที่ 29 วิธีใช้ยาบำรุง



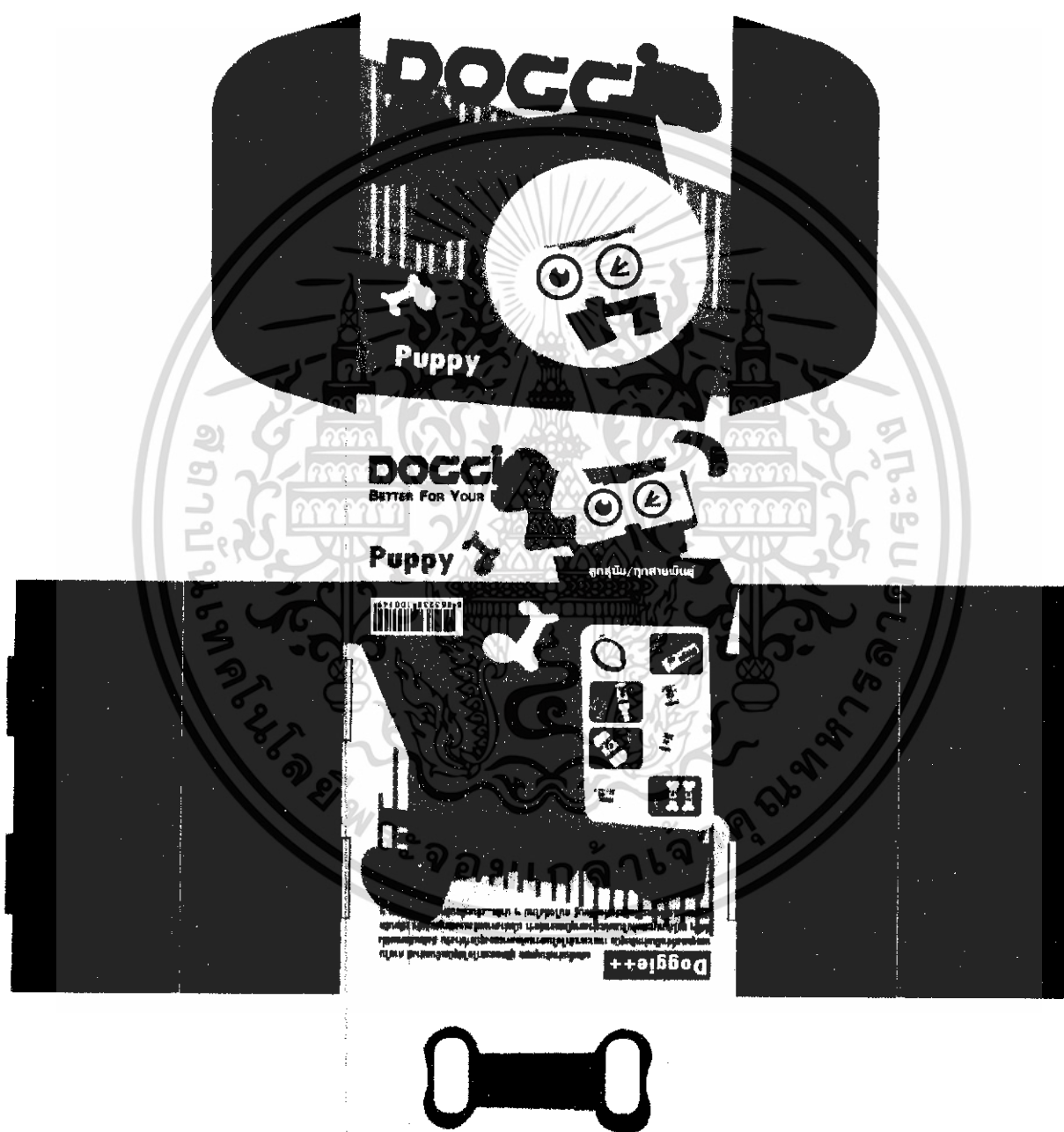
ภาพที่ 30 วิธีใช้ยาบำรุงขน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

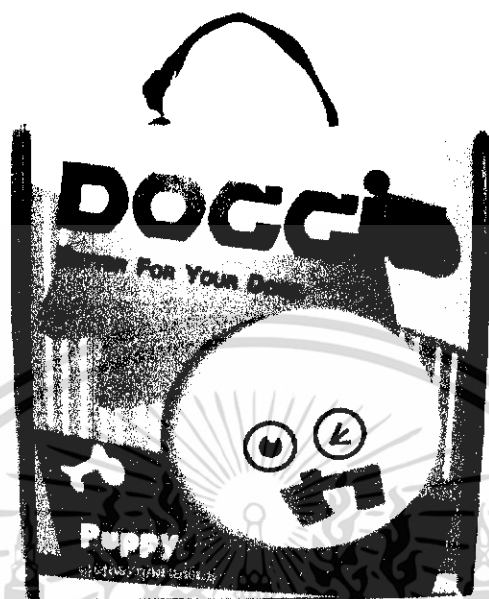


ภาพที่ 31 กล่องรวมทั้ง 3 กล่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 32 ภาพคลี่ของบรรจุภัณฑ์กล่องรวมสำหรับลูกสุนัข  
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 33 ด้านหน้า กล่องรวมสำหรับลูกสุนัข



ภาพที่ 34 ด้านหลัง กล่องรวมสำหรับลูกสุนัข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

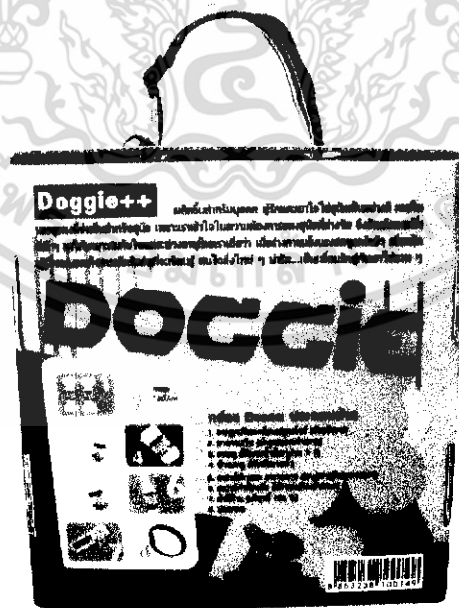


ภาพที่ 35 ภาพคลี่ของบรรจุภัณฑ์กล่องรวมสำหรับสุนัขโต พันธุ์เล็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 36 ด้านหน้า กล่องรวมสำหรับสุนัขโต พันธุ์เล็ก



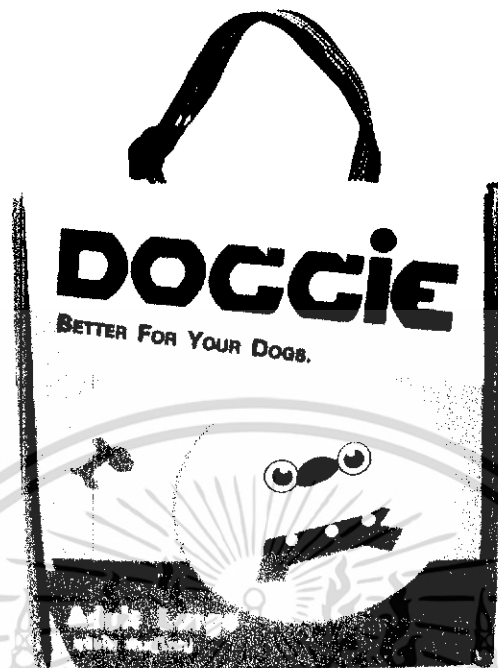
ภาพที่ 37 ด้านหลัง กล่องรวมสำหรับสุนัขโต พันธุ์เล็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

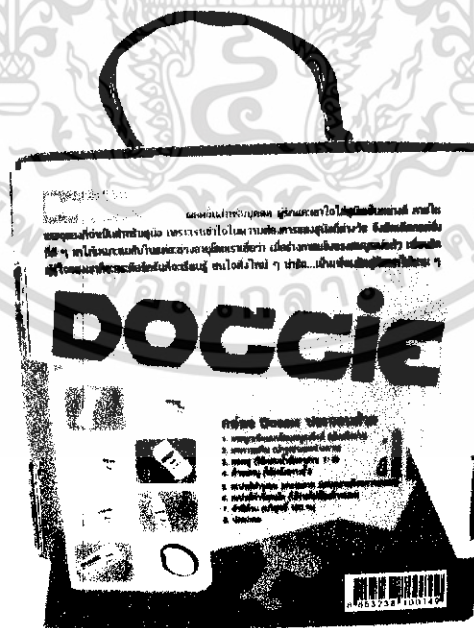


ภาพที่ 38 ภาพคลี่ของบรรจุภัณฑ์กล่องรวมสำหรับสุนัขโต พันธุ์ใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 39 ด้านหน้า กล่องรวมสำหรับสุนัขโต พันธุ์ใหญ่



ภาพที่ 40 ด้านหลัง กล่องรวมสำหรับสุนัขโต พันธุ์ใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 41 รูปหูหิ้วของกล่อง

**DOGGIE**  
 BETTER FOR YOUR DOGS.

**Puppy**



ทุกสุนัข/ทุกสายพันธุ์

ภาพที่ 42 ก้นกล่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 44 Inner เชียงท่ามม 45 องศา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

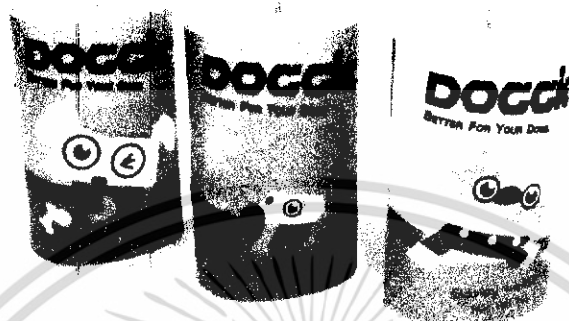


ภาพที่ 45 รูปด้านข้างของการวางสินค้า

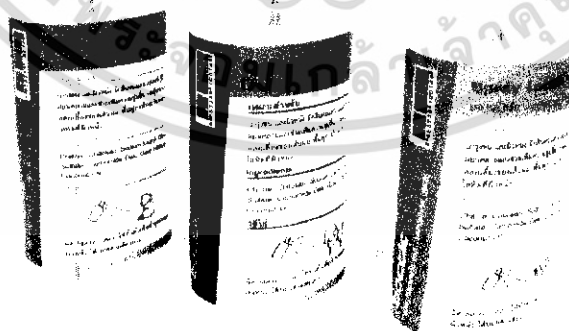


ภาพที่ 46 การวางสินค้าภายในกล่อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

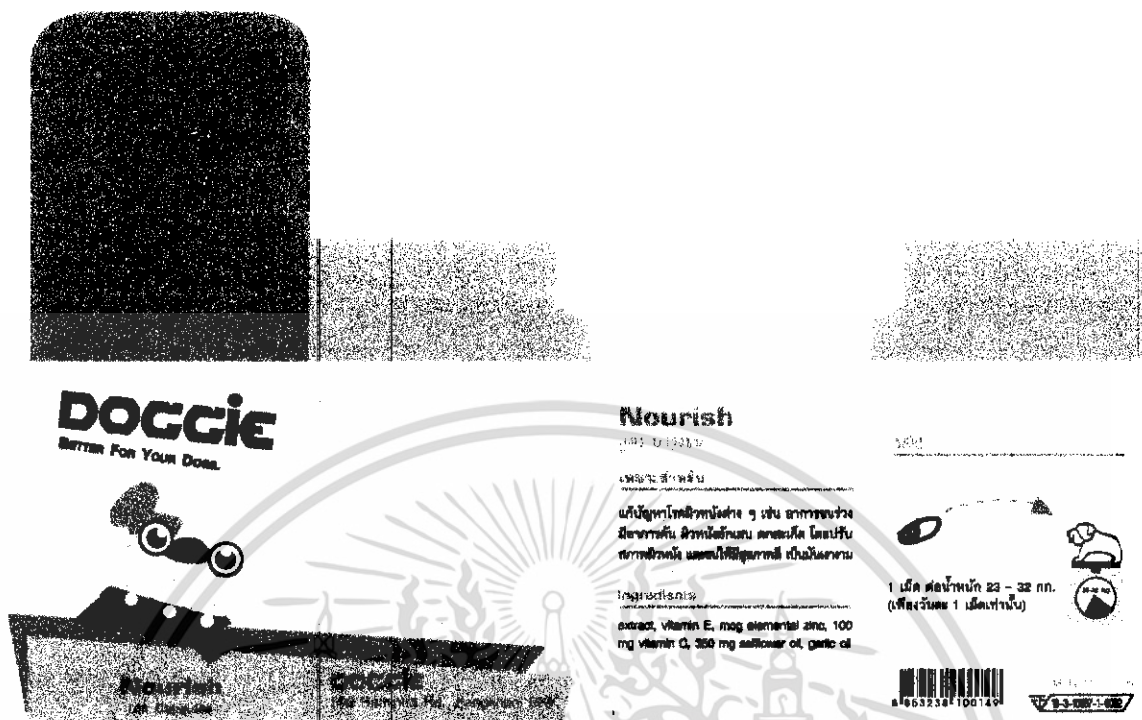


ภาพที่ 47 ฉลากสเปรย์บำรุงขนด้านหน้า



ภาพที่ 48 ฉลากสเปรย์บำรุงขนด้านหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

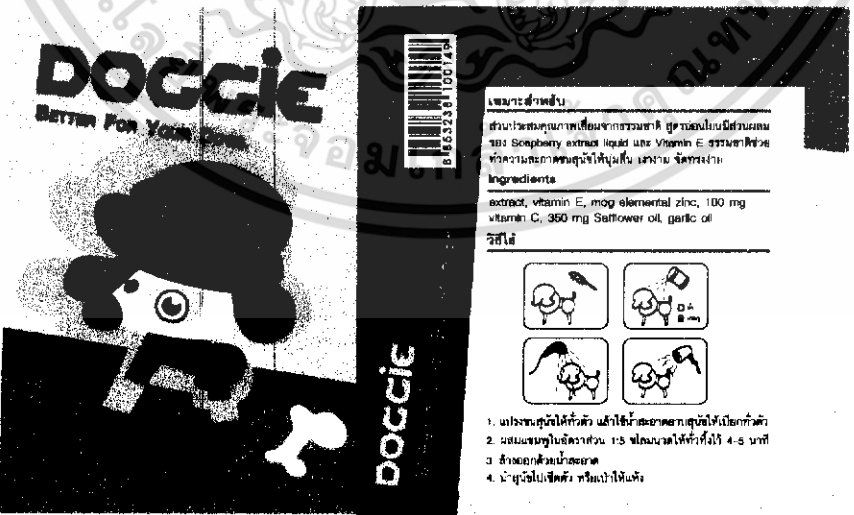
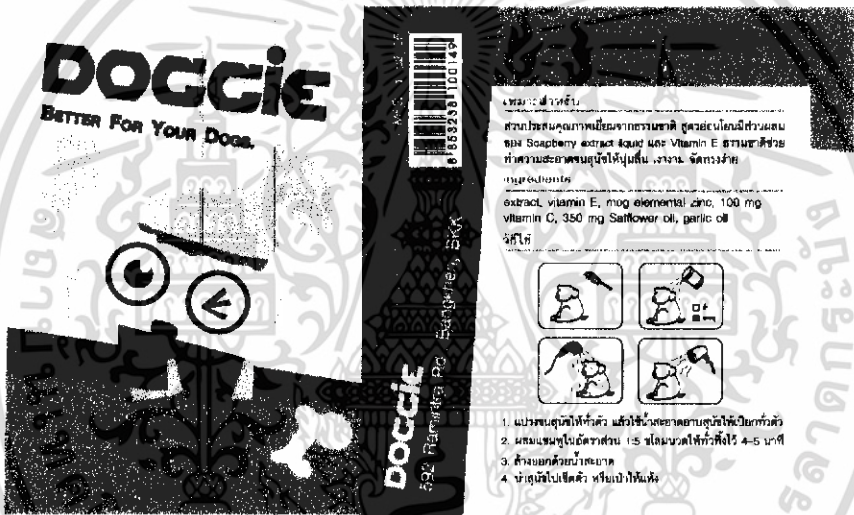
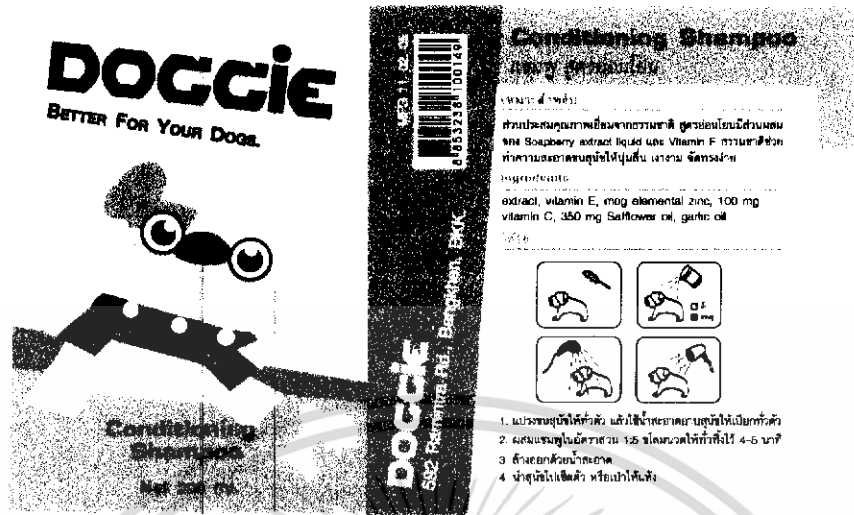


ภาพที่ 49 ภาพผลิตภัณฑ์ยาบำรุง



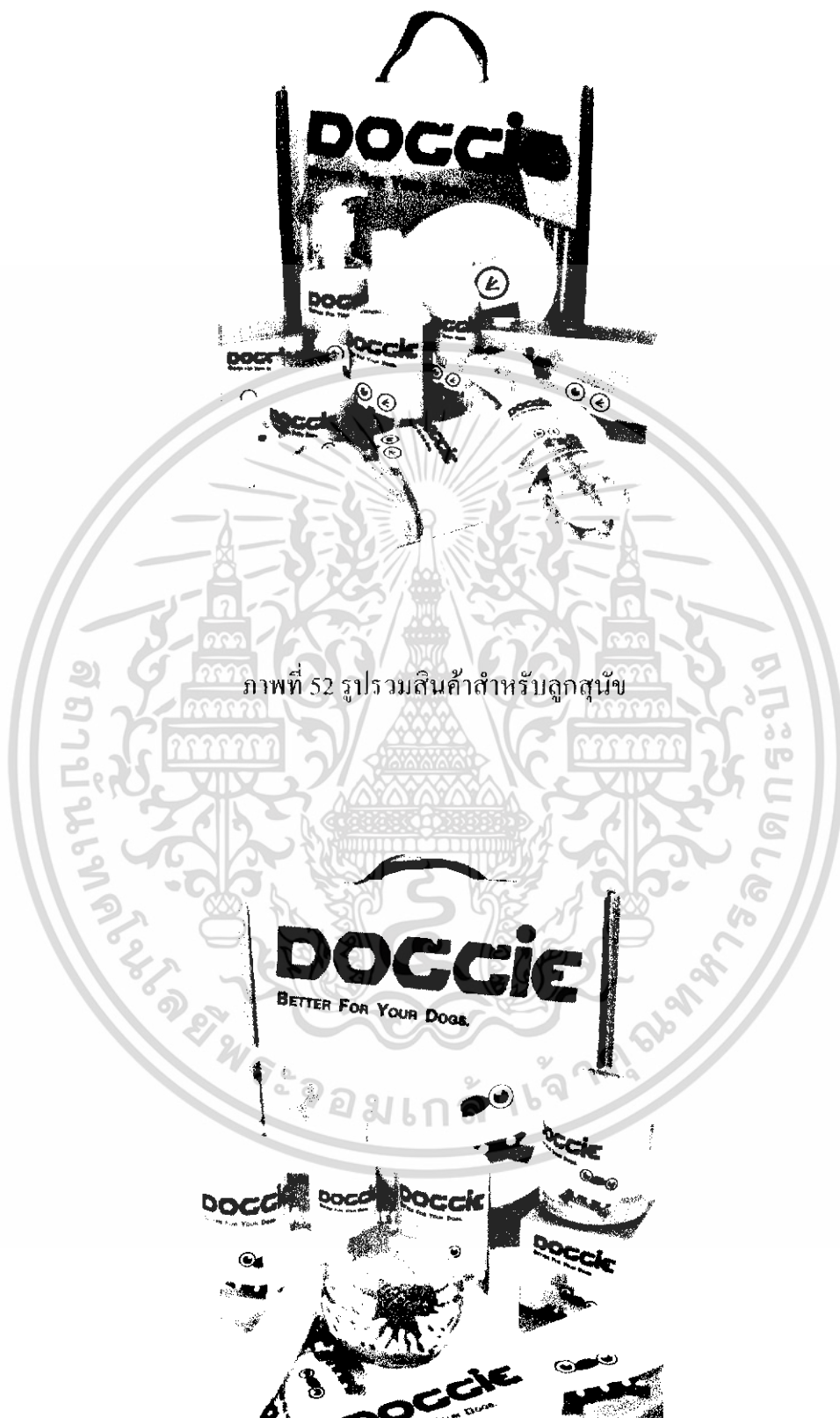
ภาพที่ 50 ยาบำรุงด้านหน้า / ยาบำรุงด้านหลัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 51 ตลาดชมพูทั้ง 3 ชนิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 52 รูปรวมสินค้าสำหรับลูกสุนัข

ภาพที่ 53 รูปรวมสินค้าสำหรับสุนัขโต พันธุ์ใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 54 รวบรวมสินค้าสำหรับสุนัขโต พันธุ์เล็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 7

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การจัดทำศิลปนิพนธ์ในครั้งนี้ ทำให้เกิดนิยามคำว่า Design ขึ้นมาใหม่ในความคิดเห็นของข้าพเจ้า Design ในความหมายครั้งนี้ คือการแก้ปัญหา ในการทำงานนั้นจำเป็นที่จะต้องเจอกับอุปสรรคมากมาย ปัญหาที่เกิดขึ้นในงานครั้งนี้มีทั้งที่ข้าพเจ้าไม่สามารถควบคุมได้ จำเป็นที่จะต้องใช้การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เช่น ปริ้นท์แล้วสีเพี้ยน, คอมพิวเตอร์เสีย, รั้นปริ้นท์ปิด เป็นต้น และปัญหาที่สามารถควบคุมได้ เช่น ปัญหาการจัดสรรเวลาไม่เหมาะสม การทำโครงสร้างกล่องจะต้องทำให้มีขนาดที่พอดี ข้าพเจ้าเสียเวลาไปมากในการทำโครงสร้างให้ออกมามีขนาดที่ลงตัว เหมาะสมที่จะนำไปใช้ การทำโครงสร้างเป็นงานที่อาศัยความแม่นยำในการคำนวณ เพราะหากเกิดความผิดพลาดขึ้นก็จะทำให้เสียทั้งเวลา เสียเงิน ที่สำคัญเสียความรู้สึกไปด้วย และการออกแบบบรรจุภัณฑ์หรืออะไรต่างๆ ก็ตามต้องคำนึงถึงความเหมือนกันอันหนึ่งอันเดียวกัน ทั้ง logo, ภาพประกอบ หรือแม้กระทั่งลายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ เช่น ข้อบ่งชี้ หรือวิธีใช้ ก็จะต้องออกแบบให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน สิ่งที่ต้องคำนึงอีกอย่างคือขนาดของงาน เวลาทำงานบนหน้าจอ ขนาดที่เห็นว่าพอดีจะแตกต่างจากขนาดจริงมากทำให้เกิดพื้นที่งานที่ว่างโล่งจนเกินไป ดังนั้นการทำงานควรคำนึงถึงขนาดจริงที่จะปริ้นท์ออกมาด้วย ถ้าหากข้าพเจ้าจะปรับปรุงจะพิจารณาปรับแต่ง โครงสร้างข้างในกล่อง และพัฒนา logo ออกแบบให้ดีขึ้นต่อไปอีก

ปัญหาทุกอย่างมีทางแก้เสมอ ขอให้เรามีกำลังใจที่ดี และใจเย็นในการแก้ปัญหา ควรอย่างยิ่งที่จะจัดสรรแบ่งเวลาการทำงานให้เหมาะสม ทำให้เวลาในการพิจารณา แก้ไขงานก่อนส่ง เพื่อให้งานออกมาตรงตามที่เราคิดไว้มากที่สุด

### บรรณานุกรม

- ขวัญลดา ก่ออมมานพ. ศิลปนิพนธ์โครงการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับชุดอุปกรณ์  
ทดลองวิทยาศาสตร์สำหรับเด็ก “Mad Science”, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณ  
ทหารลาดกระบัง, 2545
- นุชจรินทร์ ตั้งอาวีชนาการ. ศิลปนิพนธ์โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิกสำหรับอุปกรณ์  
การพิมพ์ซิลค์สกรีน “Handwerk”, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหาร  
ลาดกระบัง, 2540
- บัณฑิต สุริยพันธ์. ศูนย์พันธุ์เด็ก. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ บีบีบูค, 2537
- ผศ. สุวรรณพรหมทอง. ศูนย์เพื่อนผู้รู้ใจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พิมพ์ดิชน, 2540
- อ. ดำรงค์ศักดิ์ ชัยสนิทและอ. ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. การบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร : หจก.  
สยามสเดชั่นเบอร์รี่ฟฟลายส์, 2537

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนำ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นน่าสนใจแตกต่างจากสิ่งพิมพ์ทั่วไปคือ มีชิ้นงานที่เป็น 3 มิติ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ จะต้องมีความรู้ ศึกษาเรื่อง โครงสร้าง เมื่อมีความรู้แล้วก็ต้องทดลองทำ เพื่อให้ได้ขนาดที่ถูกต้องแม่นยำ โครงสร้างที่น่าสนใจต้องมาพร้อมกับประโยชน์ใช้สอยได้จริง อีกทั้งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ยังจะต้องมีความรู้เรื่องการออกแบบกราฟฟิก มาใช้ในการสร้างสรรค์ กล้อง ทำอย่างไรเพื่อให้กล่องออกมาดูน่าสนใจ จึงได้เลือกศิลปนิพนธ์เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขึ้นมา เพื่อที่จะได้ใช้ความรู้ที่มี ที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า มาใช้ในการทำงานออกแบบครั้งนี้

การค้นคว้าข้อมูล รวบรวม วิเคราะห์ข้อมูล และการปฏิบัติงานจริงจนเสร็จสมบูรณ์ของ ข้าพเจ้า ข้าพเจ้าหวังว่าผู้ที่สนใจ คงได้รับประโยชน์จากการศึกษานี้เป็นอย่างดี หากเกิดข้อผิดพลาดประการใด ต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

มณีนีรัตน์ มัสกุลรงค์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้